



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Współczesna prasa samorządowa w województwie śląskim : analiza prasoznawczo-politologiczna wybranych tytułów

Author: Patrycja Szostok

Citation style: Szostok Patrycja. (2009). Współczesna prasa samorządowa w województwie śląskim : analiza prasoznawczo-politologiczna wybranych tytułów. Praca doktorska. Katowice : Uniwersytet Śląski

© Korzystanie z tego materiału jest możliwe zgodnie z właściwymi przepisami o dozwolonym użytku lub o innych wyjątkach przewidzianych w przepisach prawa, a korzystanie w szerszym zakresie wymaga uzyskania zgody uprawnionego.



UNIwersytet ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

UNIwersYTET ŚLĄSKI W KATOWICACH
WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH

Strona | 1

Patrycja Szostok
Współczesna prasa samorządowa
w województwie śląskim.
Analiza prasoznawczo - politologiczna
wybranych tytułów

Rozprawa doktorska

Napisana pod kierunkiem naukowym

Dr. hab. Mariana Gieruli

SPIS TREŚCI

Strona | 2

WSTĘP	7
WPROWADZENIE	7
HIPOTEZY BADAWCZE I ICH OPERACJONALIZACJA:	12
STRUKTURA PRACY	15
ROZDZIAŁ I PRASA LOKALNA –	17
ZAGADNIENIA TEORETYCZNE I HISTORIA	17
DEFINICJE PRASY LOKALNEJ	18
Prasa lokalna – ujęcie historyczne	18
Współczesne definicje prasy lokalnej	21
Prasa lokalna a lokalność	26
TYPOLOGIA PRASY LOKALNEJ	29
Kryteria typologii	29
Wybrane elementy typologii	30
HISTORIA PRASY LOKALNEJ W POLSCE PO II WOJNIE ŚWIATOWEJ	41
Czynniki sprawcze rozwoju prasy lokalnej	42
Polska prasa lokalna w latach 1945 – 1989	45
Tendencje rozwojowe prasy lokalnej po roku 1989	46
Prasa lokalna w okresie transformacji ustrojowej	48
Perspektywy rozwoju komunikowania lokalnego	51
Przegląd wybranych badań nad prasą lokalną w XXI wieku	52
ROZDZIAŁ II	57
FUNKCJE I OGRANICZENIA PRASY LOKALNEJ	57
FUNKCJE PRASY LOKALNEJ	58
Funkcje prasy lokalnej – przegląd koncepcji	58
Funkcje współczesnej prasy lokalnej	61
Warunki realizacji funkcji prasy lokalnej	71
OGRANICZENIA PRASOWEGO KOMUNIKOWANIA LOKALNEGO	73
Koncentracja na rynku prasy lokalnej	74
Uzależnienie prasy lokalnej	76
Alternatywne media	80

ROZDZIAŁ III.....	81
PRASA SAMORZĄDOWA.....	82
POJĘCIE PRASY SAMORZĄDOWEJ	83
HISTORIA PRASY SAMORZĄDOWEJ	86
FUNKCJE PRASY SAMORZĄDOWEJ	89
PRASA SAMORZĄDOWA – CHARAKTERYSTYKA	93
Czytelnicy prasy samorządowej.....	93
Dziennikarze prasy samorządowej.....	93
Treść publikacji.....	94
Szata graficzna	95
Periodyczność i nakład	96
OGRANICZENIA PRASY SAMORZĄDOWEJ	97
RELACJE POMIĘDZY PRASĄ SAMORZĄDOWĄ A WŁADZĄ.....	99
PRASA SAMORZĄDOWA A POLITYKA INFORMACYJNA SAMORZĄDU ...	101
Polityka informacyjna a prawo obywateli do informacji.....	101
Samorząd terytorialny jako wspólnota lokalna.....	103
Polityka informacyjna gminy.....	104
Instrumenty polityki informacyjnej	107
Ograniczenia polityki komunikacyjnej	108
Relacje prasy lokalnej z władzą.....	108
PRASA SAMORZĄDOWA W WOJEWÓDZTWIE ŚLĄSKIM.....	113
ROZDZIAŁ IV PREZENTACJA MIEJSCOWOŚCI, KTÓRYCH PRASĘ PODDANO	
ANALIZIE.....	120
BIELSKO-BIAŁA	121
Bielsko-Biała dawniej i dziś	121
Władze w Bielsku-Białej	123
Media lokalne w Bielsku-Białej.....	124
Magazyn samorządowy „W Bielsku-Białej”	129
BIERUŃ.....	130
Bieruń dawniej i dziś	130
Władze Bierunia.....	132
Media lokalne w Bieruniu.....	132
„Rodnia”	134
ORNONTOWICE.....	136
Ornontowice dawniej i dziś	136

Władze Ornontowic	139
Media lokalne w Ornontowicach	139
„Głos Ornontowic”	142
PAWŁOWICE	143
Pawłowice dawniej i dziś.....	143
Władze Pawłowic.....	144
Media lokalne w Pawłowicach	145
„Racje Gminne”	148
SOSNOWIEC	149
Sosnowiec dawniej i dziś.....	149
Władze Sosnowca	150
Media lokalne w Sosnowcu	151
„Kurier Miejski”	155
ROZDZIAŁ V – ZAWARTOŚĆ WYBRANYCH PERIODYKÓW SAMORZĄDOWYCH WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO	156
ANALIZA ZAWARTOŚCI JAKO METODA BADANIA PRZEKAZU W KOMUNIKOWANIU MASOWYM.....	157
ETAPY PROCEDURY BADAWCZEJ	162
BADANIA NAD ZAWARTOŚCIĄ PISM SAMORZĄDOWYCH WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO	165
Pytanie badawcze.....	165
Określenie badanej populacji.....	165
Określenie próby badawczej.....	166
Jednostka analizy i jednostka obliczeń	166
Klucz kategoryzacyjny.....	166
Badanie pilotażowe.....	170
Przebieg analizy zawartości.....	171
WYNIKI ANALIZY ZAWARTOŚCI BADANYCH TYTUŁÓW PRASY SAMORZĄDOWEJ	173
„Głos Ornontowic”	173
„Kurier Miejski”	192
„Racje Gminne”	209
„Rodnia”	226
„W Bielsku-Białej”	243
PRASA SAMORZĄDOWA W WOJEWÓDZTWIE ŚLĄSKIM – PORÓWNANIE WYNIKÓW PRASOZNAWCZEJ ANALIZY ZAWARTOŚCI BADANYCH TYTUŁÓW.....	259

Rodzdział VI – społeczny odbiór prasy samorządowej województwa śląskiego	269
Badania sondażowe jako metoda badań społecznych	270
Badania nad społecznym odbiorem prasy samorządowej – procedura badawcza	275
Pytania kwestionariusza	275
Sposób przeprowadzenia badania i próba badawcza	277
Analiza wyników	278
Wyniki badań społecznego odbioru Magazynu Samorządowego „W Bielsku-Białej”	280
Społeczny odbiór „W Bielsku-Białej” – wyniki badań ankietowych	280
Społeczny odbiór „W Bielsku-Białej” – wyniki badań internetowych	286
Wyniki badań społecznego odbioru „Rodni”	293
Społeczny odbiór „Rodni” – wyniki badań ankietowych	293
Społeczny odbiór „Rodni” – wyniki badań internetowych	298
Wyniki badań społecznego odbioru „Głosu Ornontowic”	304
Społeczny odbiór „Głosu Ornontowic” – wyniki badań ankietowych	304
Społeczny odbiór „Głosu Ornontowic” – wyniki badań internetowych	309
Wyniki badań społecznego odbioru „Racji Gminnych”	313
Społeczny odbiór „Racji Gminnych” – badania ankietowe	313
Społeczny odbiór „Racji Gminnych” – wyniki badań internetowych	319
Wyniki badań społecznego odbioru „Kuriera Miejskiego”	325
Społeczny odbiór „Kuriera Miejskiego” – wyniki badań ankietowych	325
Społeczny odbiór „Kuriera Miejskiego” – wyniki badań internetowych	331
Wyniki badań społecznego odbioru prasy samorządowej	337
Społeczny odbiór prasy samorządowej – synteza wyników badań ankietowych ...	337
Społeczny odbiór prasy samorządowej – wyniki badań internetowych	346
Podsumowanie badań odbioru – porównanie wyników badań ankietowych i badań internetowych	353
PODSUMOWANIE	357
ZAWARTOŚĆ pism samorządowych a ich społeczny odbiór	357
„Głos Ornontowic” a opinie mieszkańców gminy	357
„Kurier Miejski” a opinie mieszkańców Sosnowca	358
„Racje Gminne” a opinie mieszkańców Pawłowic	359
„Rodnia” a opinie mieszkańców Bierunia	360
„W Bielsku-Białej” a opinie mieszkańców miasta	362

Pisma samorządowe a opinie mieszkańców wybranych miejscowości województwa śląskiego.....	362
WERYFIKACJA HIPOTEZ BADAWCZYCH.....	365
Wnioski.....	368
ZAKOŃCZENIE	370
Bibliografia	374
Książki, prace zbiorowe.....	374
Artykuły	380
Ważniejsze strony internetowe	389
Spis wykresów	392
Spis tabel zamieszczonych w tekście	400
Aneks	401

WSTĘP

WPROWADZENIE

Strona | 7

Prasa samorządowa¹ jest na polskim rynku prasowo wydawniczym zjawiskiem nie tyle nowym, co przeżywającym swój renesans. Okres transformacji ustrojowej przyniósł dogodne warunki dla wydawania tego rodzaju tytułów nie tylko ze względu na sprzyjające takim inicjatywom ustawodawstwo, które upodmiotowiło jednostki samorządu terytorialnego, ale również z powodu swoistego powrotu do lokalności z jednej strony i trudności finansowych, jakie napotykają w swojej działalności wydawcy komercyjni – z drugiej. Prasa samorządowa jest dość szczególnym rodzajem prasy lokalnej. Pozwala ona bowiem na realizację prawa obywateli do zdobywania informacji na temat działalności władz lokalnych, jednak daje też władzom tym możliwość wpływania na lokalną opinię publiczną, co powoduje, że często wykorzystuje się jej łamy do prowadzenia walki politycznej. Choć organ wydający prasę powinien, przynajmniej teoretycznie, być obiektywny w opisywaniu rzeczywistości, w tym również własnych poczynań, ponieważ zbytne upolitycznienie każdego medium może prowadzić do spadku zaufania społecznego, negatywnego społecznego odbioru i wreszcie - do niechęci korzystania z tytułu postrzeganego jako „tuba władzy”, władze lokalne nazbyt często zdają się zapominać, że w komunikowaniu lokalnym to społeczność lokalna właśnie jest podmiotem, a nie przedmiotem procesu i że niedopuszczalne jest kreowanie tego komunikowania jedynie dla realizacji interesów władzy samorządowej. Na terenach, gdzie ukazuje się więcej tytułów lokalnych, naturalną reakcją czytelników bywa odwrócenie się od „tendencyjnego” pisma na korzyść innego rodzaju prasy – np. komercyjnej. Jednak, jak wskazują badania, prasa samorządowa stanowi istotny segment prasy lokalnej w ogóle², co sprowadza się niejednokrotnie do tego, że na danym terenie

¹ Termin „prasa samorządowa” jest nie do końca precyzyjny, ponieważ stosuje się go na określenie prasy wydawanej przez władze samorządowe, a nie przez społeczności, stanowiące te samorządy. Jest to więc prasa samorządów rozumianych wąsko – jako władza, nie jako społeczność. Więcej na ten temat w rozdziale 3.

² Według danych z roku 2005 wśród około 2500 wydawanych w Polsce tytułów lokalnych 36% stanowiły pisma samorządowe, w tym około 40% to 6-8 stronicowe

ukazuje się tylko jeden tytuł lokalny – samorządowy właśnie. Prasa samorządowa bywa faworyzowana przez czytelników nie tylko ze względu na monopol na lokalnym rynku, ale również przez fakt, że bywa ona dofinansowywana z lokalnego budżetu, co prowadzi niejednokrotnie do jej bezpłatnego rozprowadzania³.

Tytuły samorządowe są bardzo zróżnicowane, nie tylko pod względem jakości zamieszczanych w nich tekstów, ale również pod względem objętości, szaty graficznej, wydawcy, sposobu kolportażu, ceny. Dlatego nie można mówić o prasie samorządowej jako o zjawisku jednorodnym i oceniać jej jednoznacznie. Zdarzają się bowiem pisma, co do których ich czytelnicy nawet nie mają świadomości, że są one tytułami wydawanymi przez władze, gdyż na tyle zakorzeniły się one w świadomości odbiorców, że przestały być z władzą kojarzone i są traktowane jak prasa niezależna. Celem niniejszej pracy nie jest udzielenie odpowiedzi na pytanie czy i komu potrzebna jest prasa samorządowa. Stanowi ona raczej próbę przedstawienia sposobu funkcjonowania prasy samorządowej w województwie śląskim na wybranych przykładach i określenia, jakie funkcje może ona spełniać oraz co należałoby w niej zmienić, aby funkcje te mogła spełniać lepiej.

Motywów podjęcia tematu funkcjonowania prasy samorządowej było wiele. Przede wszystkim, autorka wiele razy spotkała się ze sprzecznymi opiniami na temat tego rodzaju periodyków – od poglądów, że należy zlikwidować to zjawisko, do niemal zachwyty i dumy władz samorządowych i mieszkańców z posiadania własnej gazety. Dlatego postanowiono zbadać, co wpływa na opinie o konkretnych tytułach prasy samorządowej – czy jest to tylko ich zawartość, poziom upolitycznienia, czy też inne czynniki, jak na przykład brak alternatywnego źródła informacji lokalnej. Czy pisma bezpłatne są bardziej

biuletyny informacyjne. Por. W. Chorązki *Sytuacja mediów lokalnych w Polsce w III kwartale 2005 roku*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska*, J. Jarowiecki, A. Paszko, W. Kolasa (red.), Kraków 2007, s. 89.

³ W sytuacji, kiedy czytelnictwo w ogóle, w tym czytelnictwo prasy lokalnej spada, istnienie tytułów samorządowych bywa jedynym sposobem na efektywne informowanie społeczności lokalnych. Jednak dystrybuowanie tytułów bezpłatnych w wielu miejscach skutecznie zniechęca czytelników do wydawania pieniędzy na tytuły płatne, co prowadzi do niezdrowej sytuacji na lokalnych rynkach prasowo wydawniczych i do powstawania nieuczciwej, bo nie opartej na zasadach rynku, konkurencji, co często podkreślają przeciwnicy wydawania prasy samorządowej.

upolitycznione a czytelnicy bardziej z nich niezadowoleni? Czy tytuły, które mają na lokalnym rynku komunikacyjnym konkurencję w postaci pism niezależnych są mniej upolitycznione? Czy tytuły wydawane przez domy kultury przedstawiają rzeczywistość bardziej wiarygodnie niż te, których wydawcą jest urząd gminy? Dlaczego jedne pisma samorządowe są postrzegane jako „tuba władzy” a inne nie? Te wszystkie pytania są częściami składowymi pytania najważniejszego – na ile faktycznie jest upolityczniona prasa samorządowa? Wszystkie te pytania znalazły swoje odzwierciedlenie w hipotezach badawczych niniejszej rozprawy doktorskiej.

Oprócz zainteresowania zjawiskiem prasy samorządowej, do podjęcia tematu skłoniły również autorkę tradycje badań nad prasą lokalną oraz sukcesy, jakie na tym polu odnosił i odnosi nadal Zakład Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego. Niewątpliwie, dzięki tym badaniom Katowice do dziś są postrzegane jako jeden z najsilniejszych ośrodków badań nad komunikowaniem lokalnym w Polsce, jego pracownicy są bardzo często cytowani w kraju i za granicą i uznawani za autorytety w tej dziedzinie. W intencji autorki, dysertacja miała się stać kontynuacją i skromnym uzupełnieniem ogromnego dorobku Zakładu Dziennikarstwa.

Kolejnym powodem, dla którego podjęto temat prasy lokalnej, w tym samorządowej, jest fakt, że w ostatnich latach zainteresowanie tą tematyką wydaje się słabnąć – wśród publikacji z zakresu prasoznawstwa i komunikowania w ogóle dominują prace dotyczące Public Relations, marketingu (w tym politycznego), systemów komunikacyjnych, funkcjonowania mediów elektronicznych, natomiast kwestie dotyczące prasy lokalnej nie cieszą się aż tak dużym zainteresowaniem badaczy. Dlatego właśnie zdecydowano o podjęciu tego ciekawego, choć niezbyt popularnego temat, jakim jest prasa samorządowa. Prasa samorządowa jest badana rzadko, a kiedy tego rodzaju badania mają już miejsce, zazwyczaj są częścią większego projektu, dotyczącego prasy lokalnej w ogóle. Na przykład R. Kowalczyk w swojej najnowszej, 3 tomowej pracy, dotyczącej mediów lokalnych, poświęca zagadnieniom prasy samorządowej odwołuje się do badań z roku 1998⁴. Trzeba tu dodać również, że większość dostępnych materiałów dotyczy raczej stanu ilościowego prasy samorządowej, natomiast badania nad jej zawartością czy społecznym odbiorem należą w ostatnim czasie

⁴ Zob. R. Kowalczyk: *Media lokalne w Polsce*, tom II, Poznań 2008, s. 38.

do rzadkości. Analizy na tym gruncie, jeżeli już się pojawiają, dotyczą poszczególnych tytułów, a nie ogólnego obrazu prasy tego rodzaju⁵.

Praca ma charakter empiryczny. Na jej potrzeby zbadano zawartość 5 wybranych tytułów prasy samorządowej z województwa śląskiego oraz społeczny odbiór tychże tytułów. Badania te miały na celu ukazanie, na ile upolityczniona jest ta prasa – zarówno w swej treści, jak i społecznym odbiorze. Dla uzupełnienia badań nad wybranymi tytułami dokonano również szczegółowego przeglądu tytułów prasy samorządowej ukazującej się w województwie śląskim.

Tło teoretyczne dla przeprowadzonych badań stanowią rozdziały dotyczące prasy lokalnej, prasy samorządowej jako jednego z jej rodzajów oraz specyfiki poszczególnych miejscowości, których prasa została poddana analizie. Rozdziały teoretyczne skonstruowano tak, by wprowadzały one w tematykę od kwestii najbardziej ogólnych – definicje, historia i funkcje prasy lokalnej; poprzez bardziej szczegółowe – teoria prasy samorządowej; po najbardziej elementarne – stan prasy samorządowej w województwie śląskim. Na ich potrzeby dokonano przeglądu dostępnej literatury, dotyczącej prasy lokalnej oraz stron internetowych wszystkich gmin w województwie.

Posłużono się następującymi technikami badawczymi:

- Analiza zawartości prasy⁶ przeprowadzona na pięciu rocznikach pięciu wybranych tytułów prasy samorządowej;
- Kwestionariuszowe badania odbioru prasy samorządowej – wywiad kwestionariuszowy skategoryzowany przeprowadzony na reprezentatywnej próbie 500 osób;
- Internetowe badania odbioru prasy samorządowej⁷ – ankieta, w której wzięło udział 630 internautów;
- Analiza stron internetowych urzędów wszystkich gmin województwa śląskiego pod kątem ukazywania się prasy samorządowej;

⁵ Por. B. Konarska-Pabiniak: *Wokół współczesnej prasy samorządowej. Rozwój, specyfika, kontrowersje, refleksje*, „Studia Kieleckie” 3/2003, gdzie Autorka analizuje sytuację współczesnej prasy samorządowej na przykładzie funkcjonowania „Głosu Gostynińskiego” czy prace S. Michalczyka na temat „Aktualności Będzińskich”, „Przeglądu Lokalnego”, „Gazety Mikołowskiej” i innych w opracowaniu *Prasa samorządowa. Szkice prasoznawcze*, Katowice 1996.

⁶ Specyfika metody badawczej została opisana w rozdziale 4.

⁷ Procedura badawcza i metoda badań kwestionariuszowych zostały opisane w rozdziale 6.

- Telefoniczny wywiad swobodny na temat ukazywania się prasy samorządowej w wybranych gminach.

HIPOTEZY BADAWCZE I ICH OPERACJONALIZACJA:

Na potrzeby prowadzonych badań nad prasą samorządową sformułowano następującą hipotezę główną:

Strona | 12

Brak zróżnicowania typologicznego prasy lokalnej, wynikający zarówno z przyczyn ekonomicznych, jak i politycznych, wpływa na upolitycznienie prasy samorządowej.

Dla jej zweryfikowania konieczne okazało się sformułowanie hipotez szczegółowych, konkretyzujących kierunek prowadzonych badań nad zawartością prasy oraz jej społecznym odbiorem:

H1: W prasie samorządowej przeważają publikacje dotyczące działalności władz lokalnych. O zweryfikowaniu tej hipotezy zadecyduje przewaga względna tematyki związanej z działalnością władz nad pozostałymi tematykami – jeżeli więc w poszczególnych tytułach powierzchnia publikacji dotyczących działalności władz lokalnych będzie większa od powierzchni zajętej przez jakąkolwiek inną tematykę – hipoteza zostanie przyjęta.

H2: W publikacjach nie dotyczących bezpośrednio działalności władz przeważają te, w których bohaterami są przedstawiciele lokalnych władz bądź partii politycznych, z którymi są one związane. O przyjęciu tej hipotezy zadecyduje bezwzględna przewaga w tematyce nie związanej z działalnością władz bezpośrednio publikacji, których bohaterami są przedstawiciele lokalnej władzy lub ugrupowań, które tę władzę reprezentują.

H3: W publikacjach lokalnych przeważają materiały upolitycznione. Oznacza to, że materiały dotyczące działalności władz lokalnych oraz te, w których bohaterami są jej przedstawiciele, przeważają nad pozostałymi bezwzględnie, a więc stanowią ponad połowę publikacji.

H4: W publikacjach dotyczących działalności partii politycznych przeważają te, które odnoszą się do partii, mających największą reprezentację w lokalnych władzach. Argumentem przemawiającym za przyjęciem tej hipotezy będzie bezwzględna przewaga tematyki dotyczących działalności ugrupowań,

reprezentujących lokalne władze w tematyce polityki lokalnej oraz w dziale reklamy politycznej.

H5: Wydzźwięk publikacji odnoszących się do działalności władz bądź przedstawicieli partii rządzącej jest pozytywny. Oznacza to, że bezwzględna większość tych publikacji ma wydzźwięk neutralny bądź aprobatywny. W przeciwnym razie hipoteza zostaje sfalsyfikowana.

H6: Upolitycznienie prasy samorządowej nasila się w okresie kampanii wyborczych. Hipoteza zostanie przyjęta, jeżeli w roku wyborczym 2006 upolitycznienie będzie znacznie większe, niż w pozostałych latach, to znaczy jego poziom zwiększy się bardziej, niż odchylenie standardowe dla wartości upolitycznienia w danym tytule.

H6: Społeczny odbiór tytułów samorządowych wskazuje na przekonanie czytelników o realizowaniu na łamach tych pism polityki władz lokalnych. Dla przyjęcia tej hipotezy wymagane jest, aby wśród odpowiedzi na pytanie o to, kto wpływa na publikacje w piśmie, względna większość wskazywała na lokalne władze.

H7: Społeczny odbiór tytułów samorządowych wskazuje na przekonanie czytelników o sprzyjaniu na ich łamach lokalnej grupie rządzącej. Dla przyjęcia tej hipotezy konieczne jest, aby wśród odpowiedzi na pytanie o to, komu sprzyja pismo, względna większość wskazywała na lokalne władze lub jej przedstawicieli.

H8: Tytuły, mające na lokalnym rynku konkurencję w postaci alternatywnych źródeł informacji są mniej upolitycznione⁸ niż te, które są jedynymi tytułami na rynku⁹. Za zweryfikowaniem tej hipotezy będzie przemawiać różnica w upolitycznieniu tytułów mających konkurencję i będących monopolistami na lokalnym rynku większa, niż odchylenie standardowe dla upolitycznienia poszczególnych tytułów.

⁸ W ocenie upolitycznienia poszczególnych tytułów będzie brane pod uwagę upolitycznienie zarówno ich zawartości, jak i odbiór tego upolitycznienia przez czytelników.

⁹ Hipoteza ta wynika z przeświadczenia, że pisma, mające na lokalnym rynku konkurencję, chcąc się na nim utrzymać i zachować zaufanie odbiorców, muszą być bardziej neutralne niż te, które takiej konkurencji nie posiadają.

H9: Tytuły wydawane bezpłatnie są bardziej upolitycznione od kolportowanych za opłatą¹⁰. Podobnie jak w hipotezie poprzedniej, dla zweryfikowania tej hipotezy konieczna jest różnica w upolitycznieniu większa od odchylenia standardowego.

Strona | 14

H10: Tytuły, wydawane przez instytucje kultury lub specjalnie w tym celu powołane spółki są mniej upolitycznione od pism wydawanych bezpośrednio przez urzędy miasta/gminy¹¹. Analogicznie do dwóch poprzednich hipotez, dla przyjęcia tej hipotezy konieczna jest różnica upolitycznienia większa, niż odchylenie standardowe.

Celem niniejszej pracy nie było odpowiedzenie na pytanie „czy prasa samorządowa jest upolityczniona” a raczej pokazanie, jaki jest stopień tego upolitycznienia w tytułach różnego typu i jak owo upolitycznienie wpływa na funkcjonowanie tej prasy, jej społeczny odbiór, zaufanie do danego tytułu, strukturę czytelniczą oraz miejsce wśród najważniejszych źródeł informacji lokalnej. Oprócz badania upolitycznienia, dokonana została również konfrontacja tematyki poruszanej w poszczególnych tytułach z preferowaną przez czytelników tematyką, co miało za zadanie określenie, na ile badane tytuły spełniają funkcję zaspokajania zainteresowań lokalnej publiczności.

¹⁰ Za sformułowaniem tej hipotezy badawczej przemawiał fakt, że tytuły kolportowane bezpłatnie mniej muszą się liczyć ze zdaniem swoich odbiorców, ponieważ ich zaufanie do danego tytułu bądź jego brak nie decydują o sytuacji rynkowej pisma, które jest w pełni utrzymywane z pieniędzy publicznych.

¹¹ Tytuły wydawane przez domy kultury czy inne instytucje kulturalne są postrzegane jako mniej związane z władzą. Dodatkowo, oddalenie od ośrodków władzy nie tylko w strukturze urzędowej, ale często również fizyczne, wpływa na podejmowanie bardziej zróżnicowanej tematyki, stąd hipoteza o mniejszym ich upolitycznieniu.

STRUKTURA PRACY

Praca składa się z dwóch części. Pierwsza z nich, teoretyczna, ma za zadanie przybliżyć zjawisko prasy lokalnej i samorządowej jako jednego z jej podstawowych typów. Zawiera przegląd literatury oraz przeprowadzonych do tej pory badań, dotyczących omawianego zjawiska. Część druga, empiryczna, jest relacją z przeprowadzonych przez autorkę badań nad prasą samorządową w województwie śląskim oraz wnioski, jakie na ich podstawie zostały wyciągnięte.

Dysertację otwiera rozdział dotyczący definicji i historii prasy lokalnej. Zostały w nim przedstawione różne ujęcia teoretyczne omawianego zjawiska, propozycje typologii oraz historia polskiej prasy lokalnej po II wojnie światowej.

Rozdział drugi to omówienie funkcjonowania prasy lokalnej. Zawiera przegląd koncepcji funkcji, jakie może spełniać ta prasa dla społeczności lokalnych oraz potencjalne przeszkody, jakie napotyka ona w swoim funkcjonowaniu w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem jej sytuacji współczesnej.

Rozdział trzeci został poświęcony prasie samorządowej. Przedstawiono w nim zjawisko prasy samorządowej, formy, w jakich występuje, funkcje jakie może spełniać i spełnia nie tylko jako źródło informacji lokalnej, ale też jako element polityki informacyjnej władzy samorządowej. Rozdział zawiera również prezentację prasy samorządowej w województwie śląskim.

Rozdział czwarty jest pomostem pomiędzy częścią teoretyczną i empiryczną a zawiera charakterystykę miejscowości, których prasę samorządową poddano analizie. Opisano w nim historię tych miejscowości, ich współczesne władze oraz system komunikowania lokalnego ze szczególnym uwzględnieniem badanych tytułów.

Rozdział piąty stanowi prezentację prasoznawczej analizy zawartości wybranych tytułów prasy samorządowej. Został on poprzedzony wstępem na temat metody badawczej, jaką jest analiza zawartości prasy.

Rozdział szósty to przedstawienie wyników badań nad społecznym odbiorem prasy samorządowej. Zawiera również charakterystykę techniki badawczej oraz prezentację narzędzia i próby.

Rozdział siódmy zawiera wnioski, jakie zostały wyciągnięte po przeanalizowaniu wyników przeprowadzonych badań, weryfikację hipotez badawczych oraz konfrontację wyników badań z informacjami teoretycznymi na temat funkcjonowania prasy samorządowej.

ROZDZIAŁ I PRASA LOKALNA –

ZAGADNIENIA TEORETYCZNE I HISTORIA

DEFINICJE PRASY LOKALNEJ

Strona | 18

Precyzyjne wyjaśnienie terminu „prasa lokalna” jest trudne o tyle, że pojawiło się bardzo wiele jego definicji, które, co prawda, czasem się uzupełniają, ale bywa również tak, że częściowo się wykluczają. Zmienne również było definiowanie tego terminu na przestrzeni lat refleksji prasoznawczych nie tylko w Polsce, ale również za granicą.

Prasa lokalna – ujęcie historyczne

Jeszcze pod koniec lat 50. używano zamiennie określeń „prasa lokalna” i „prasa regionalna”¹². Próbę usystematyzowania terminu podjął S. Dziński w Encyklopedii wiedzy o prasie, stwierdzając, że *prasa lokalna, to bardzo niejednolita grupa wytworów prasowych, których wspólną cechą jest fakt ukazywania się poza głównym centrum lub głównymi ośrodkami życia społeczno – politycznego oraz kulturowego danego kraju i kolportowania ich na określonym (zwykle granicami wewnętrznego podziału administracyjnego) terytorium*.¹³ Autor ten do prasy lokalnej zalicza prasę wojewódzka, powiatową i miejską, rozszerza więc niejako termin, traktując prasę lokalną jako przeciwieństwo prasy ogólnokrajowej.

Z tak rozumianą lokalnością wydawał się zgadzać M. Gierula, twierdząc, że *pojęcie lokalności prasy w znaczeniu najbardziej pierwotnym przejawia się w ograniczeniu zasięgu przestrzennego publikacji jakiegokolwiek pisma do obszaru z góry ustalonego. W przypadku tygodników PZPR są nimi, jak dotychczas, granice administracyjne województw. Wszystko to, co wychodzi poza te granice jest materiałem pozalokalnym*¹⁴. W takim ujęciu za lokalne należałoby uznać to,

¹² M. Gierula: *Polska prasa lokalna 1989 – 2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Katowice 2005, s. 24 – 25.

¹³ Encyklopedia wiedzy o prasie, red. J. Maślanka, Wrocław 1976, s. 174.

¹⁴ M. Gierula: *Struktura tematyczno- przestrzenna tygodników lokalnych PZPR*, [w:] *Tygodniki lokalne. I ogólnopolskie konfrontacje dziennikarzy pism regionalnych*. Wigry 1983, E. Kurzawa (red.), Kraków – Katowice 1984, s. 121.

co zostało tak nazwane ogólnie, a co nie obejmuje terytorium całego kraju¹⁵. Oczywiście, tego typu pojęcie było charakterystyczne dla okresu, kiedy decyzje administracyjne niekoniecznie były podejmowane z uwzględnieniem naturalnych potrzeb społeczeństwa, w tym społeczności lokalnych. Należy tu jednak dodać, że podział administracyjny z lat 1975 – 1998 do dziś jest uznawany za ten, w którym ukonstytuowały się poszczególne rodzaje pism, w związku z czym obszar byłego województwa wciąż często jest uznawany za granicę lokalności prasy.

Zresztą, okazuje się, że w okresie PRL nie dla wszystkich termin „prasa lokalna” obejmował periodyki ukazujące się na terenie jednego województwa lub mniejszym, ponieważ pojawiały się głosy, zaliczające do tej kategorii prasy pisma wykraczające swoim zasięgiem oddziaływania poza jedno województwo. Przykładem na to może być stwierdzenie S. Dzikiego, który w 1986 roku napisał w „Kwartalniku Historii Prasy Polskiej”, że *w 1984 roku wiodącym typem w obrębie prasy lokalnej są ponadwojewódzkie gazety, uzupełniają je wojewódzkie tygodniki partyjne...*¹⁶

W okresie realnego socjalizmu utożsamianie prasy lokalną z wszystkimi wydawnictwami nieogólnokrajowymi wydaje się charakterystyczne nie tylko dla Polski, ale również Związku Radzieckiego. E. Kornilow definiował prasę lokalną następująco: *Według tradycji, która się ukonstytuowała w pierwszych latach władzy radzieckiej, pojęcie „prasa lokalna” obejmuje wszystkie wydawnictwa periodyczne, oprócz centralnych i prezentuje wielostopniowy, hierarchiczny system – od pism w skali republik związkowych do gazet kolektywów pracowniczych i lokalnych organizacji społecznych*¹⁷.

Ciekawą i oryginalną, jak na tamte czasy, definicję prasy lokalnej obejmującą kryteria, według których należy klasyfikować prasę tej kategorii, podaje A. Notkowski, który zajmował się prasą prowincjonalną II RP. Według tego autora cechami charakterystycznymi tego typu prasy są: *1) wydawanie i redagowanie (...) poza stolicą i 6 wielkimi miastami wojewódzkimi tradycyjnie*

¹⁵ W. Chorążki w swojej pracy *Obraz niezależnej prasy lokalnej w Polsce w I połowie 1994 roku* również odnosi się do koncepcji mówiącej, że prasa lokalna to ogół gazet ukazujących się na terenie mniejszym niż terytorium państwa, uznając ją za niesłuszną ze względu na jej nieprzydatność.

¹⁶ M. Gierula: *Polska prasa lokalna...*, s. 27.

¹⁷ E. Kornilow: *Sowieckaja miestnaja priessa*, [w:] *Tipologija miestnoj priessy*, E. Kornilow (red.), Rostów 1991, s. 4. (tłum. P. Sz.)

*uważanymi za ośrodki makroregionalne kraju; 2) ograniczenie zasięgu czytelnictwa (powiat, kilka powiatów, pojedyncze województwo); 3) związanie ze swym obszarem czytelnictwa zawartością tematyczną bądź też świadomym przeznaczeniem dla zamieszkałych na tym terenie odbiorców*¹⁸.

Strona | 20

Dwoma najważniejszymi elementami definicji zjawiska prasy lokalnej, podkreślanymi przez badaczy i teoretyków przed rokiem 1989 były miejsce wydawania i zasięg przestrzenny pisma oraz specyficzna dla społeczności tego obszaru treść. Właśnie w ten sposób scharakteryzował te wydawnictwa A. Akopow, pisząc o pismach lokalnych: *funkcjonują one jako odzwierciedlenie struktury polityczno – administracyjnej kraju z uwzględnieniem poszczególnych szczebli hierarchii (...) Drugą cechą funkcjonowania czasopisma lokalnego jest konieczność uwzględniania lokalnej tematyki. Społeczno – ekonomiczne cechy danego obszaru tworzą specyfikę treści pisma*¹⁹.

Wiele refleksji na temat prasy lokalnej i kryteriów, według których można określony tytuł do prasy lokalnej zakwalifikować, skupiało się w okresie PRL wokół treści prasy. Treść ta, aby dany tytuł można było zaliczyć do prasy lokalnej, powinna być związana z terytorium, na jakim jest wydawane i rozpowszechniane pismo. Zwraca na to uwagę wielu teoretyków tego zjawiska. Jednym z nich jest G. Goszcz, według której pismo lokalne powinno *zamieszczać różnorodne w swej materii tematycznej, gatunku i wielkości publikacje niejako na użytek „wewnętrzny” społeczności lokalnej*²⁰. Skoro zamieszczana treść ma być publikowana z myślą o konkretnej społeczności, ma jej służyć i być przydatna na tym właśnie poziomie komunikacji, musi ona odznaczać się szczególnymi cechami, powinna być *najbliższa życiu bieżącemu, przeszłości i współczesności ludzi pozostających w szczególnego rodzaju więzi*²¹.

Oprócz terminu „prasa lokalna” używano w przeszłości różnych terminów, mających określać prasę wydawaną poza stolicą kraju. J. Mądry wskazywał na

¹⁸ A. Notkowski, *Prasa prowincjonalna II RP (1918 – 1939)*, Warszawa – Łódź 1982, s. 15.

¹⁹ A. Akopow: *Miestnyje żurnaty: osobiennosti i miesto w sistiemie*, [w:] *Tipologija miestnoj priessy*, E. Kornitow (red.), Rostów 1991, s. 90. (tłum. P. Sz.)

²⁰ G. Goszcz: *Prasa lokalna i regionalna wobec społeczności Pszczyny w latach '70 (na przykładzie „Echa”, „Trybuny Robotniczej”, „Dziennika Zachodniego” i „Wieczoru”)*, „Zeszyty prasoznawcze” 1987, nr 1, s. 100.

²¹ M. Gierula, B. Grzonka: *Prasa lokalna w latach 1989 – 1991*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 1 – 2, s. 121.

niedostatki terminologiczne, związane z tego rodzaju prasą, na przestrzeni lat. Prasę tę nazywano bowiem regionalną, lokalną, prowincjonalną, terenową, prasą trzeciej siatki, alternatywną lub powiatową²². Wiele tych terminów jest niejednoznacznych (czym jest region i czym różni się od przestrzeni lokalnej?), nie mających odniesienia do rzeczywistości (powiaty i inne jednostki administracyjne kraju nie są stałe), bądź pejoratywnych (prowincja). Jedynym adekwatnym określeniem wydaje się być „prasa lokalna” właśnie, nie tylko ze względu na swoją treściową pojemność, ale również przez fakt że *nadaje a priori i akcentuje charakter podmiotowości nie obiektu prasowego, lecz właśnie publiczności czytelniczej i tam lokuje programowe funkcje i zadania pism*²³.

Współczesne definicje prasy lokalnej

Jak wylicza R. Kowalczyk, terminem „prasa lokalna” można współcześnie określać i określa się *prasę wydawaną w dzielnicach dużych miast, parafiach, na osiedlach, osiedlach małych miastach i miasteczkach, gminach, powiatach, mikroregionach, krainach, ziemiach, w środowisku wiejskim. Lokalne wydawnictwa prasowe umieszcza się często na tak zwanym trzecim poziomie prasowo – wydawniczym, sytuując je poniżej zasięgu krajowego i regionalnego*²⁴. Według tego autora do prasy lokalnej można więc zaliczyć wszystkie wydawnictwa, których zasięg przestrzenny jest mniejszy od terytorium jednego województwa. Jeszcze szerzej zjawisko ujmuje S. Sobol, dla którego *prasa lokalna to (bez względu na miejsce jej wydawania) przeciwieństwo prasy ogólnokrajowej. (...) Decydują: zasięg terytorialny, faktyczny kolportaż i czytelnictwo. Lokalność jest stopniowalna: najmniej lokalna może być prasa regionalna, jeśli region obejmuje teren większy niż województwo, najbardziej – gazety parafialne*²⁵.

²² J. Mądry: Czynniki sprawczo – rozwojowe i funkcje prasy lokalnej a determinanty dziennikarskiej realizacji tygodników współczesnych, [w:] Społeczne funkcje tygodników lokalnych Śląskiego Wydawnictwa Prasowego, J. Mądry (red.), Katowice 1985, s.91 – 91.

²³ M. Gierula: *Prasa lokalna*, [w:] Słownik wiedzy o mediach, E. Chudziński (red.), Warszawa – Bielsko-Biała 2007, s. 134.

²⁴ R. Kowalczyk: *Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego*, Poznań 2003, s. 48.

²⁵ ibidem, s 182.

Z kolei według J. Sobczaka, *do prasy lokalnej należy zaliczyć periodyki adresowane do wyodrębnionych, dość małych obszarów administracyjnych (rzadziej geograficznych), takich jak miasto, gmina, dzielnica, powiat, ale także mikroregion czy parafia*²⁶. Autor zastanawia się, czy granice występowania prasy lokalnej powinny być granicami administracyjnymi, czy też naturalnymi granicami, ukształtowanymi historycznie lub w procesie zmian urbanizacyjnych, politycznych, społecznych albo gospodarczych. J. Sobczak nie zgadza się też z propozycją niektórych badaczy, aby do prasy lokalnej zaliczyć również tytuły wyznaniowe, zawodowe czy hobbystyczne, proponując, by do tej kategorii prasowo wydawniczej zaliczać jedynie te tytuły, których odbiorcami są mieszkańcy wsi, gmin, miasteczek bądź powiatów (oddając tym samym *de facto* słusność badaczom, administracyjnie wydzielającym obszar rozpowszechniania tego rodzaju prasy)²⁷.

Z koncepcją wyodrębniania prasy lokalnej na podstawie podziału administracyjnego kraju poniekąd zgadzają się S. Dziki i W. Chorążki, twierdząc, że *media lokalne wiążą się ściśle z aktualnym podziałem administracyjnym kraju (w różnych okresach mamy do czynienia z prasą wojewódzką, powiatową, miejską czy też gminną)*²⁸. Dodają oni jednak, że geograficzne kryterium rozpowszechniania pisma nie jest wystarczające dla określenia, czym naprawdę jest prasa lokalna, proponują więc uzupełnienie go o kolejne: miejsce wydawania i redagowania, obszar kolportażu oraz treść pisma, która stanowi czynnik najważniejszy.

Przywiązanie do identyfikowania prasy lokalnej z określonym obszarem wykazują również współcześni badacze i krytycy prasy. K. Bielenin twierdzi, że *czasopisma lokalne to takie, które swoim zasięgiem obejmują powiat lub kilka powiatów(...) na poziomie - mniej więcej - województwa działa prasa regionalna, która często, z racji podobieństw tematycznych i zasięgu, potocznie również*

²⁶ J. Sobczak: *Wolność prasy w myśl litery prawa i w praktyce prasy lokalnej*, [w:] *Media lokalne a demokracja lokalna*, J. Chłopecki, R. Polak (red.), Rzeszów 2005, s. 62.

²⁷ Ibidem.

²⁸ W. Chorążki, S. Dziki: *Prasa lokalna i regionalna*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, Z. Bauer, E. Chudziński (red.), Kraków 2004, s. 121.

*traktowana jest jako lokalna. Na poziomie miasta bądź gminy mamy prasę sublokalną*²⁹.

Na podziale administracyjnym kraju opiera się również klasyfikacja prasy, opracowana przez Ośrodek Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego, który proponuje, aby prasę dzielić na: Strona | 23

- Ponadgólnokrajową, adresowaną do czytelników w kraju i za granicą;
- Gólnokrajową – rozpowszechnianą na całym obszarze Polski;
- Regionalną – kolportowaną na obszarze mniejszym niż terytorium Polski i większym niż teren województwa;
- Lokalną – zasięg jej oddziaływania nie przekracza jednego województwa lub jednej diecezji;
- Sublokalną – docierającą do czytelników, którzy mieszkają na terenie mniejszym, niż jedno województwo, np. do jednego miasta, gminy, byłego powiatu, dekanatu lub parafii; w tej grupie mieszczą się też gazety zakładowe, pisma uczelniane, osiedlowe, szkolne, garnizonowe itp.³⁰.

Jak wykazano, nie ma zgody wśród prasoznawców, jakiego obszaru występowania ma dotyczyć omawiane zjawisko prasowo – wydawnicze. Cytowani wyżej autorzy nie podają żadnych, poza obszarem wydawania i kolportowania, kryteriów zaliczenia tytułu do kategorii prasy lokalnej, co jest niezbędne do pełnej definicji tego pojęcia.

Prasa lokalna to wszystkie periodyki, które są adresowane do jednej tylko lub więcej, ale bardzo bliskich sobie społeczności. Treść tych pism najbliższa jest życiu bieżącemu, przeszłości i współczesności ludzi, pozostających w szczególnym rodzaju więzi. (...) obszar oddziaływania tak rozumianej prasy lokalnej nie przekracza terenu jednego współczesnego województwa³¹, a w znakomitej większości tytułów jest od niego zdecydowanie mniejszy³². Jeżeli pismo lokalne

²⁹ K. Bielenin: *(Nie)polska i (nie)zależna*, [w:] <http://www.obywatel.org.pl/index.php?module=subjects&func=printpage&pageid=689&scope=page>.

³⁰ W. Chorązki: *Obraz niezależnej...*, s. 9.

³¹ Autorzy mają tu na myśli obszary województw, obowiązujące w latach 1975 - 1998 (P. Sz.)

³² M. Gierula, B. Grzonka: *Rozwój prasy lokalnej w woj. Katowickim*, [w:] *Społeczności lokalne i rozwój lokalnej demokracji*, M. Barański (red.), Katowice 1993, s. 64.

ma być odzwierciedleniem życia jednej, lub kilku bliskich sobie społeczności, to raczej nie możemy mówić o pismach makroregionalnych jako o lokalnych, choćby ze względu na fakt konieczności występowania bezpośrednich kontaktów dla zacieśniania więzi społecznej, które w skali makroregionalnej nie są możliwe do utrzymywania, stąd nie istnieje pojęcie społeczności makroregionu, mówimy tu już raczej o społeczeństwie. O realizowaniu potrzeb społeczności mówi również w swojej definicji W. J. Schütz, dla którego prasa lokalna, to *suma wszystkich działań dziennikarskich, realizowanych z myślą o wszelkiego typu społecznościach*³³.

Podsumowując powyższe rozważania teoretyczne na temat prasy lokalnej, można stwierdzić, że do czasopism lokalnych zaliczymy wszystkie, których zakres zainteresowania ogranicza się do problematyki związanej z życiem określonej społeczności i których zasięg występowania jest niewielki, umożliwiając, przynajmniej potencjalnie, bezpośredni kontakt zamieszkującej go społeczności. Te dwa elementy dają nam prawie pełną definicję prasy lokalnej. Aby jednak pozwalała ona dobrze zrozumieć omawiane zjawisko, powinna zawierać również wzmiankę dotyczącą specyfiki dziennikarstwa lokalnego, które to różni się w sposób znaczący od dziennikarstwa ogólnokrajowego. Otóż, dziennikarz prasy lokalnej charakteryzuje się (lub powinien charakteryzować) pewnego rodzaju „zanurzeniem” w środowisku, o którym pisze. Jest to zazwyczaj osoba, której problemy, o których pisze są bliskie, świat odbiorcy, do którego adresowana jest gazeta lub czasopismo, jest również jego światem. Jak pisze J. Mądry, charakterystyczne dla dziennikarstwa lokalnego jest *społeczno – przestrzenne umiejscowienie, wyrażające się w najdalej idącym w porównaniu z innymi typami dziennikarstwa zaangażowaniu w życie społeczne, polityczne i kulturalne na danym obszarze*³⁴. Autor ten stwierdza, że osoby te często są kimś więcej, niż dziennikarzami. Bywa, że są to ludzie aktywnie działający społecznie, kulturalnie czy politycznie w danej społeczności, dzięki czemu są nie tylko osobami znanymi, ale również ze względu na pełnione funkcje, obecnymi przy ważnych dla danej społeczności wydarzeniach. Skoro więc występują w

³³ W. J. Schütz za: J. Mądry: *Przegląd czynników sprawczych rozwoju polskiej prasy lokalnej*, [w:] *Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych*, J. Mikułowski Pomorski (red.), Rzeszów 1990, s. 35.

³⁴ J. Mądry: *Dziennikarstwo lokalne. Zarys charakterystyki środowiska*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1983, nr 3, s. 75.

podwójnej roli – jako dziennikarze i osoby publiczne, może to mieć dwojakie konsekwencje: albo będą się cieszyć dzięki temu większym zaufaniem wśród odbiorców, albo wręcz przeciwnie – będą posądzeni o manipulowanie faktami w celu realizacji partykularnych interesów. Tak czy inaczej, różnią się oni znacznie od dziennikarzy tzw. dziennikarstwa dużego, czyli ogólnokrajowego.

Prasa lokalna bywa definiowana bardzo różnie, a elementy definicji czasem się uzupełniają, innym razem są rozbieżne. Z przytoczonych definicji wybrano te elementy, które tworzą najbardziej adekwatną z punktu widzenia przyjętych w niniejszej rozprawie założeń definicję prasy lokalnej. Najważniejszymi wyróżnikami prasy lokalnej będą więc następujące jej cechy:

- ukazywanie się na niewielkim terytorium, zamieszkanym przez jedną bądź kilka bliskich sobie społeczności lokalnych, których członkowie mogą wchodzić ze sobą w bezpośrednie relacje interpersonalne;
- tematyka poświęcona głównie życiu danej społeczności i przeznaczona właśnie dla niej;
- specyficzny rodzaj dziennikarstwa, charakteryzujący się bliską stycznością z opisywaną społecznością, czy to poprzez miejsce zamieszkania, czy prze pełnione w tej społeczności funkcje (kryterium nie jest obowiązkowe).

Szeroką, wykraczającą poza wąskie rozumienie prasy lokalnej jako wydawnictw, ukazujących się na określonym terenie, definicję proponuje M. Gierula w swojej pracy *Prasa lokalna w Polsce 1989 - 2000*³⁵ : *za prasę lokalną uznaje tę część systemu prasy, którą można wydzielić z całości na podstawie przeważającej zawartości związanej z życiem i funkcjonowaniem społeczności lokalnych. Podmiotem prasy lokalnej jest nie tylko społeczność lokalna jako całość, ale także jej poszczególne części, które składają się na jej społeczną stratyfikację w różnych wymiarach. Mogą się one kształtować i być wydzielane na podstawie zainteresowań, potrzeb, przekonań profesjonalno – zawodowych, przynależności polityczno – ideowo – organizacyjnej czy też terytorialnej. W zależności od wielkości i typu aktywności społeczności lokalnej tworzy się tym samym w jego ramach mniej lub bardziej rozwinięta lokalna sieć komunikacyjna*

³⁵ M. Gierula: *Polska prasa lokalna...*, s. 27.

o różnych zakresach i poziomach funkcjonowania. Do tak rozumianego pojęcia prasy lokalnej należy włączyć także media regionalne lub nawet ogólnokrajowe, o ile ich zawartość uczestniczy w tworzeniu sieci komunikacyjnej społeczności lokalnej w jej informacyjnym wymiarze lokalnym. Pozostałe kryteria wydzielania prasy lokalnej są wtórne i uzupełniające, a należą do nich: obszar kolportażu oraz miejsce wydawania i redagowania³⁶.

Cytowana powyżej definicja nie zawiera, co prawda, elementu mówiącego o specyficznym rodzaju dziennikarstwa, natomiast jest najpełniejsza ze spotkanych przez autorkę dotychczas prób określenia, czym jest prasa lokalna. Jej niewątpliwym atutem jest wyjście poza ramy wąsko rozumianej komunikacji lokalnej i dostrzeżenie faktu, że w komunikacji tej uczestniczą również media regionalne i ogólnokrajowe.

Prasa lokalna a lokalność

W teorii problematyczne wydaje się nie tylko zdefiniowanie pojęcia prasy lokalnej, ale również samej lokalności. Jak twierdzi B. Dobek – Ostrowska, utożsamianie lokalności z gminą jest błędne, ponieważ gminą może być zarówno mała wioska, jak i duża aglomeracja miejska. Wewnętrzne procesy komunikacyjne w takich gminach bardzo się różnią. O ile bowiem w gminie wiejskiej podstawą kontaktów są stosunki interpersonalne i grupowe, opierające się na odwołaniu do osobistych doświadczeń jednostek, to w dużym mieście te kontakty interpersonalne schodzą na drugi plan, a przekazywanie komunikatów między władzą i obywatelami, jak również między samymi mieszkańcami, w znacznym stopniu jest zapośredniczone przez media masowe. Autorka proponuje wyróżnić cztery poziomy komunikowania: mikro, mezo, makro i mega, gdzie komunikowaniu lokalnemu odpowiada poziom mezo, przy czym niekoniecznie zawsze będzie on dotyczyć komunikowania gminnego. Gminy bowiem należy, według niej, podzielić na lokalne i nielocalne. *W sferze lokalnej jako środowisku bezpośredniego poznania i działania kanały interpersonalne nie przestały odgrywać istotnej roli w tworzeniu rzeczywistości społecznej. Ich waga każe je traktować jak kanały komunikowania politycznego, niezależnie od tego, czy mają*

³⁶ Por. M. Gierula: *Analiza rynku prasy...*

swoje źródła w procesach komunikowania masowego, czy nie. Tu obywatele mają najbliższą styczność z działaniami społecznymi, jest to miejsce ich aktywności kulturalnej i politycznej, z właściwą dla tego środowiska przestrzenią reklamową i rynkową. Lokalna jest tu nie tylko sfera administracyjna ale również (przede wszystkim) społeczno – kulturalna. Każda jednostka jest nośnikiem pewnych cech i wspólnych społecznych wartości, kreowanych przez procesy komunikacyjne w ich najbliższym środowisku³⁷.

Podobną koncepcję rozumienia lokalności w prasoznawstwie prezentuje W. J. Schütz: *Termin lokalność jawi się w komunikowaniu jako abstrakcyjny, jeśli w jego definiowaniu wraz z rezultatami pracy dziennikarza nie uwzględni się bezpośredniej bliskości odbiorcy, a więc najbliższej rzeczywistości, z którą jest on związany poprzez miejsce zamieszkania, miejsce pracy, gdzie spędza wolne chwile i z którym czuje on szczególnie bliską więź poprzez wspólne z innymi doświadczenie, kontakty itd.*³⁸.

Tak ujmowana lokalność determinuje rozumienie prasy lokalnej jako periodyków przeznaczonych dla bardzo małych, intymnych wręcz, społeczności. Społeczność lokalna jest bowiem zbiorowością zamieszkującą na określonym terytorium, będącym równocześnie głównym obszarem, na którym członkowie tej zbiorowości rozwijają swoją codzienną aktywność społeczną. Cechą charakterystyczną społeczności lokalnych jest to, że kształtują one silne lokalne więzi i lokalne formy organizacji życia zbiorowego. Tradycyjnie, są ważnym ogniwem w systemie społecznej kontroli sposobu zachowania, w procesach wychowania i socjalizacji oraz utrzymywaniu obyczajowej strony życia³⁹. Odpowiada to poziomowi prasy sublokalnej, która ukazuje się na właśnie tak małych obszarach, na których bezpośrednie kontakty ludności są możliwe. Aby jednak nie wprowadzać nowej terminologii uznamy za lokalną również prasę mikroregionalną pamiętając, że niekoniecznie odpowiada ona koncepcjom lokalności.

³⁷ B. Dobek Ostrowska: *Lokalne media masowe i komunikowanie polityczne w demokratyzujących się systemach politycznych*, [w:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, I. Borkowski, A. Woźny (red.), Wrocław 2003, s. 181.

³⁸ M. Gierula: *Polska prasa lokalna...*, s. 31.

³⁹ S. Michalczyk: *Prasa samorządowa. Szkice prasoznawcze*, Katowice 1996, s. 7.

TYPOLOGIA PRASY LOKALNEJ

Mówiąc o typologii, mamy na myśli pewnego rodzaju porządkowanie elementów jakiegoś zbioru według, ich grupowanie według typów, wyodrębnionych na podstawie określonych kryteriów. Jej rezultatem jest wyłonienie w grupie tych elementów typów, które nie muszą być tworzone na zasadzie rozłącznego podziału logicznego. Katalog typów w typologii nie musi być więc ani wyczerpujący, ani rozłączny (wymagania takie często stawia się klasyfikacji)⁴⁰.

Typologia w nauce o środkach masowego komunikowania służy wypracowaniu uogólniających modeli i konfrontacji ich z realnie funkcjonującym systemem mediów. Na podstawie typologii opisuje się i wyjaśnia system jako całość, jego strukturę, zachodzące w nim procesy itp.⁴¹. Typologia jest konieczna dla wszelkiego rodzaju rozważań nad stanem środków masowego komunikowania, ponieważ pierwszym krokiem badania wydawnictw periodycznych powinna być ich klasyfikacja⁴².

Kryteria typologii

Ze względu na fakt, że prasa lokalna jest zjawiskiem ze wszech miar zróżnicowanym, dokonanie jej typologii musi uwzględniać wiele kryteriów. S. Dziki proponuje, aby dokonywać typologii na podstawie aż 13 kryteriów. Są to:

- Status organizacyjny – instytucjonalny;
- Spełniane funkcje;
- Tematyka;
- Krąg odbiorców;
- Zasięg kolportażu;

⁴⁰ R. Kowalczyk: *Media lokalne w Polsce*, tom II, Poznań 2008, s. 158-159.

⁴¹ M. Gierula: *Prasa lokalna*, [w:] *Słownik wiedzy o mediach*, E. Chudziński (red.), Warszawa – Bielsko-Biała 2007, s. 137.

⁴² A. Akopow: *Metodika tipotogicheskogo issledowanija periodicheskikh izdanij*, Irkutsk 1985, s. 6 – 7. (tłum. P. Sz.)

- Częstotliwość ukazywania się;
- Nakład;
- Status prawny;
- Status ekonomiczny;
- Język wydawania;
- Format i objętość;
- Cena;
- Technika druku i obecność wypowiedzi obrazowych⁴³.

Nie wszystkie z tych kryteriów są jednakowo ważne dla przedstawienia istoty prasy lokalnej i nie wszystkie są wszędzie stosowane. Najczęściej w statystykach międzynarodowych (np. UNESCO) używa się kryterium tematyki, zasięgu geograficznego, periodyczności i nakładu. Z perspektywy badań i doświadczeń wielu krajów, najważniejszymi kategoriami wydają się status instytucjonalno – prawny, zamierzona grupa odbiorców, spełniane funkcje, zasięg geograficzny i częstotliwość ukazywania się. Pozostałe kryteria są uzupełniające i mają mniejsze znaczenie⁴⁴.

Wybrane elementy typologii

Wydawcy prasy lokalnej

Zgodnie z prawem prasowym, obowiązującym w Polsce wydawcą prasy może być organ państwowy, przedsiębiorstwo państwowe, organizacja polityczna, związek zawodowy, organizacja spółdzielcza, samorządowa, każda organizacja społeczna, kościół lub inny związek wyznaniowy, osoba fizyczna, firma prywatna, inne jednostki organizacyjne oraz organizacje społeczne. Krąg potencjalnych wydawców jest więc bardzo szeroki. W praktyce prasy polskiej, nie

⁴³ M. Gierula: *Typologiczny rozwój prasy lokalnej w Polsce w nowych warunkach społeczno – politycznych i ekonomicznych*, „Studia Kieleckie” 3/2003, Kielce 2003, s. 10.

⁴⁴ M. Gierula: *Analiza rynku prasy lokalnej...*

tylko lokalnej, organ wydający w znacznym stopniu determinuje inne cechy typologiczne. Wydawcami prasy lokalnej są więc w szczególności:

- Osoby fizyczne;
- Przedsiębiorstwa prywatne i państwowe;
- Organy władzy samorządowej i państwowej różnego szczebla oraz instytucje im podległe;
- Organizacje pozarządowe różnego typu oraz fundacje;
- Partie polityczne;
- Związki zawodowe;
- Organizacje samorządu gospodarczego;
- Towarzystwa społeczno – kulturalne;
- Instytucje edukacyjne od szkoły podstawowej do wyższej uczelni;
- Kościół Katolicki i inne związki wyznaniowe.
- Mniejszości narodowe i etniczne⁴⁵.

Według statusu instytucjonalno – prawnego możemy więc podzielić prasę lokalną na:

- Prasę samorządów terytorialnych lub instytucji z nimi związanych;
- Niezależną prasę wolnorynkową (komercyjną);
- Prasę tzw. III sektora – organizacji pozarządowych, m.in. stowarzyszeń wyższej użyteczności, celowych fundacji, stowarzyszeń miłośników (przyjaciół) miasta lub ziemi, organizacji mniejszości narodowych;
- Prasę centralnych i terenowych struktur kościelnych (diecezji, dekanatów, parafii, zgromadzeń zakonnych) lub podmiotów prawnych z nimi związanych;
- Prasę centralnych struktur i lokalnych oddziałów partii politycznych lub związków zawodowych;
- Prasę zakładową (w tym uczelnianą)⁴⁶.

⁴⁵ R. Kowalczyk: *Media lokalne...*, s. 162; R. Kowalczyk: *Podstawy przeobrażeń ilościowych prasy lokalnej w Polsce po 1989 roku*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska*. J. Jarowiecki, A. Paszko, W. Kolasa (red.), Kraków 2007, s. 73-74; M. Gierula: *Typologiczny rozwój...*, s. 14.

Badacze Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego proponują jeszcze dwie grupy typologiczne wydawców prasy lokalnej, wyróżniając:

- Prasę środowiskową (w tym: studencką, szkolną, kontrkulturową prasę młodzieżową);
- Prasę naukową i popularnonaukową⁴⁷.

Pod koniec lat 90 ukazywało się w Polsce około 2300 gazet lokalnych i sublokalnych, z czego 25% stanowiły pisma wolnorynkowe (niezależne), czyli te wydawane przez różnego rodzaju spółki i osoby prywatne; ok. 35% stanowiły pisma samorządowe (połowa to biuletyny informacyjne); około 10% pisma tzw. III sektora, 1,5% tytuły lokalnych oddziałów partii politycznych i związków zawodowych, 3,5% gazety zakładowe i 25% pisma parafialne⁴⁸. W roku 2005 pism lokalnych i sublokalnych było już około 2500, z czego 26% stanowiły pisma wolnorynkowe, 36% wydawanych było przez lokalne samorządy lub instytucje z nimi związane (biuletyny informacyjne stanowiły około 40% tej grupy), 10% pisma III sektora, 2% pisma lokalnych oddziałów partii politycznych, 4% gazety zakładowe a około 22% pisma parafialne⁴⁹. Struktura wydawców prasy nie zmieniła się więc znacząco.

Nie zawsze jest łatwo precyzyjnie określić faktyczny status własnościowy i prawny tytułów lokalnych, gdyż w wielu czasopismach zaliczanych do grupy wolnorynkowej ma udział samorząd (bezpośrednie dofinansowanie, np. wkładka samorządowa, lub pośrednie poprzez płatne ogłoszenia i komunikaty), zaś niektóre tytuły samorządowe biorą udział w grze wolnorynkowej a finansowanie przez lokalny samorząd jest symboliczne⁵⁰.

Z perspektywy przemian demokratycznych i budowania społeczeństwa informacyjnego ważne jest, by podmioty wydające prasę były jak najbardziej

⁴⁶ W. Chorązki: *Aktualna sytuacja mediów elektronicznych w Polsce na podstawie badań ankietowych z przełomu roku 2001/2002*, „Studia Kieleckie” 3/2003, Kielce 2003, s. 26; W. Chorązki: *Obraz niezależnej prasy lokalnej...*, s. 10.

⁴⁷ M. Gierula: *Prasa lokalna...*, s. 138.

⁴⁸ S. Dziki, W. Chorązki: *Prasa lokalna i regionalna...*, s. 133.

⁴⁹ W. Chorązki: *Sytuacja mediów lokalnych w Polsce w III kwartale 2005 roku*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska*, Kraków 2007, s. 89.

⁵⁰ S. Dziki, W. Chorązki: *Prasa lokalna i regionalna...*, s. 133.

zróżnicowane, ponieważ tylko w taki sposób można zagwarantować pluralizm komunikacyjny. Dominacja określonych instytucji w systemie komunikowania lokalnego wpływa na kształtowanie jednostronnego obrazu życia społeczności lokalnej, a więc utrudnia jej upodmiotowienie.

Badając status instytucjonalny wydawców prasy lokalnej można określić aktywność poszczególnych instytucji społecznych na poszczególnych terenach, co może być punktem wyjścia do dalszych analiz funkcjonowania społeczności lokalnych, ich charakteru itp.⁵¹.

Cele i zadania prasy lokalnej

Funkcje prasy lokalnej zostaną omówione w oddzielnym podrozdziale. W tym miejscu warto jednak zasygnalizować, jakie funkcje (potencjalnie) może spełniać prasa lokalna. Do najważniejszych jej zadań zaliczyć należy:

- Wszechstronną, bieżącą informację lokalną;
- Pełnienie funkcji „trybuny społeczności lokalnej”;
- Integrację środowiska lokalnego;
- Kształtowanie lokalnej opinii społecznej;
- Kontrolę władz lokalnych;
- Integrację społeczności lokalnej w strukturach lokalnych i ponadlokalnych;
- Wspieranie lokalnej kultury;
- Promocję „małej ojczyzny”;
- Edukację społeczno – polityczną, kulturalno – historyczną i ekonomiczną społeczności lokalnej;
- Funkcję reklamowo – ogłoszeniową w stosunku do lokalnych reklamodawców;
- Osiągnięcie sukcesu ekonomicznego na rynku;
- Funkcję rozrywkową, lokalną w tematyce, formie lub autorstwie.

⁵¹ M. Gierula: *Prasa lokalna...*, s. 136; więcej na temat typologicznego zróżnicowania podmiotów wydających prasę lokalną w: R. Kowalczyk: *Media lokalne...*, s. 234-280.

Nie wszystkie te funkcje są spełniane w każdym tytule lokalnym, jednak ich znajomość pozwala nam na określenie, jakie miejsce dane pismo zajmuje w strukturze typologicznej prasy lokalnej. W okresie transformacji ustrojowej jedną z ważniejszych funkcji prasy lokalnej było dążenie do osiągnięcia sukcesu rynkowego, co znacząco wpłynęło na inne cechy typologiczne tej prasy, między innymi na treść i formę graficzną, jak również na optymalizację kolportażu⁵².

Odbiorcy prasy lokalnej

Potencjalnymi odbiorcami prasy lokalnej są wszyscy mieszkańcy terenów jej rozpowszechniania. Nie wszystkie jednak tytuły skierowane są do całej publiczności czytelniczej danego terenu, należy więc wyróżnić w tym względzie prasę uniwersalną – przeznaczoną potencjalnie dla całej społeczności lokalnej, bez względu na jej cechy społeczno – demograficzne oraz prasę środowiskową – przeznaczoną jedynie do określonej części społeczności lokalnej⁵³.

Nie wszyscy potencjalni czytelnicy prasy ogólnej – skierowanej do wszystkich – równie często i chętnie sięgają po periodyki tego typu. Czytelnictwo prasy lokalnej zależy od wielu czynników, w tym od zainteresowania sprawami lokalnymi w ogóle, preferowania określonych treści (które czytelnik znajduje w prasie lokalnej albo nie), miejsca zajmowanego w strukturze społeczności lokalnej, potrzeby uczestnictwa w życiu tej społeczności oraz od związku emocjonalnego z miejscem zamieszkania⁵⁴.

Cechy społeczno – demograficzne również w pewien sposób determinują krąg odbiorców prasy lokalnej. Z badań wynika, że prasa tego rodzaju jest jednakowo popularna wśród kobiet i mężczyzn. Jeżeli chodzi o wiek, najczęściej po tego typu periodyki sięgają osoby w wieku 25 – 59 lat, natomiast wśród osób w wieku 14 – 24 lata i powyżej 60 lat czytelnictwo prasy lokalnej jest mniejsze. Można pokusić się o stwierdzenie, że zainteresowanie nią wzrasta z wiekiem (do wspomnianej granicy 60 lat).

⁵² M. Gierula: *Typologiczny rozwój...*, s. 15.

⁵³ M. Gierula: *Analiza rynku prasy...*

⁵⁴ M. Gierula: *Typologiczny rozwój...*, s. 16 – 17.

Za najbardziej różnicujące kontakt z mediami można uznać kryterium wykształcenia, okazuje się bowiem, że im wyższe wykształcenie respondentów, tym częściej deklarują oni kontakt z prasą lokalną. Trzeba tu dodać, że zróżnicowanie poczytności prasy lokalnej w grupie osób legitymujących się co najmniej wykształceniem zasadniczym zawodowym nie jest już takie duże.

Najczęściej czytelników znajdują tytuły lokalne w małych (21 – 50 tys.) i średnich (50 – 100 tys.) miastach. W mniejszych miejscowościach popularność periodyków nie jest duża, co ma, zapewne, związek z mniejszymi możliwościami ekonomicznymi mieszkańców oraz z przewagą kontaktów interpersonalnych w systemie komunikacyjnym. W dużych miastach natomiast większe jest zainteresowanie dziennikami regionalnymi.

Dość mocno różnicuje czytelników prasy lokalnej wykonywany zawód. Ponadprzeciętne czytelnictwo deklarują osoby pracujące w zawodach fizyczno – umysłowych (kierowca, sprzedawca, pielęgniarz), pracownicy administracji, studenci, przedstawiciele wolnych zawodów. Ma to związek z wykonywaną przez nich pracą, która determinuje częste kontakty z innymi ludźmi. Wśród osób reprezentujących średnie zainteresowanie prasą lokalną mamy do czynienia z dość dużą różnorodnością zawodową, są to bowiem robotnicy, przedstawiciele biznesu i kadry kierowniczej, handlowcy, pracownicy wojska i policji, emeryci i renciści. Najmniej chętnie prasę lokalną czytają osoby bezrobotne, gospodynie domowe oraz rolnicy.

Ciekawy jest również związek czytelnictwa prasy lokalnej z oceną sytuacji ekonomicznej własnej rodziny. Paradoksalnie, osoby deklarujące niezadowolenie z uzyskiwanych dochodów czytają prasę lokalną chętniej, niż ogół społeczeństwa. Wraz ze wzrostem dochodów czytelnictwo nieznacznie spada⁵⁵.

Zespół redagujący

Nie istnieją w Polsce żadne kryteria ograniczające dostęp do zawodu dziennikarskiego, w związku z czym wśród piszących do prasy lokalnej spotykamy osoby o bardzo zróżnicowanym wykształceniu i wykonywanym

⁵⁵ M. Gierula: *Polska prasa lokalna...*, s. 135 – 138.

zawodzie. Można jednak stwierdzić pewne prawidłowości w poszczególnych typach prasy lokalnej.

Do prasy samorządowej piszą zazwyczaj urzędnicy, dla których jest to wypełnienie obowiązku służbowego. Funkcje kierownicze w takich redakcjach pełnią często osoby ze ścisłego kierownictwa organów samorządowych. Skład zespołów redakcyjnych determinuje bardzo mocno tematykę poruszaną na łamach pism samorządowych, sposób prezentowania rzeczywistości i używane gatunki dziennikarskie – charakterystyczny jest dla nich styl urzędowo – kancelaryjny.

W prasie parafialnej zespoły redagujące najczęściej wykonują swoją pracę społecznie, traktując ją jako wypełnianie pewnej ideowej misji. Są to najczęściej osoby głęboko wierzące, związane z lokalnymi strukturami kościoła. Wpływa to na styl wypowiedzi, który często jest wzniosły i patetyczny. Redaktorami najczęściej są tu osoby duchowne.

W prasie wydawanej przez miłośników ziemi, miasta czy regionu osoby redagujące pismo wywodzą się z kręgu osób szczególnie mocno związanych z danym terenem. Ich emocjonalny stosunek do kultury i tradycji rzutuje na częste podejmowanie tematyki historycznej na łamach prasy⁵⁶.

Wewnętrzna struktura pisma

Wewnętrzna struktura pisma zależy od celów, jakie stawiają przed prasą jej wydawcy. Dlatego największe różnice dostrzegamy między pismami prywatnymi i samorządowymi. W prasie prywatnej mamy najczęściej do czynienia z czterema elementami składowymi – częścią informacyjną, publicystyczną, artystyczną – rozrywkową i użytecznie – ogłoszeniową. Obserwujemy znaczną zmianę roli i miejsca reklamy w piśmie – o ile dawniej była ona publikowana tylko na specjalnych stronach, o tyle obecnie występuje w każdej części gazety, łącznie ze stroną tytułową. W prasie samorządowej występują zasadniczo podobne elementy składowe, jednak inaczej rozkładają się akcenty publikowanych materiałów – w prasie prywatnej na przykład na pierwszą stronę często trafiają materiały sensacyjne, mające skłonić czytelnika do zakupu,

⁵⁶ M. Gierula: *Typologiczny rozwój...*, s. 17 – 18.

natomiast w prasie samorządowej pierwsza strona ma charakter spokojny i statyczny układ⁵⁷.

Gatunki dziennikarskie

Strona | 37

Trudno wskazać, jakie gatunki dziennikarskie dominują w prasie lokalnej, ponieważ w znacznej mierze zależą one od przygotowania fachowego zespołu dziennikarskiego. Można jednak stwierdzić, że częste są proste gatunki informacyjne, rzadziej stosuje się natomiast gatunki publicystyczne. Często trudno jest też określić, z jakim gatunkiem prasowym mamy do czynienia, ponieważ ze względu na brak przygotowania dziennikarskiego osoby piszące do tego rodzaju prasy stosują nieokreślone formy wypowiedzi. Szczególnie widoczne jest to w prasie niekomercyjnej, np. w samorządowej i parafialnej⁵⁸.

Szata graficzna

Szata graficzna prasy lokalnej zależy przede wszystkim od możliwości ekonomicznych jej wydawcy – nakładów, jakie się przeznaczają na wydawanie pisma (czy stać go na druk w kolorze na dobrym papierze), wyposażenia technicznego redakcji w komputery i specjalistyczne oprogramowanie, poziomu umiejętności obsługi tego sprzętu przez pracowników redakcji. Najbardziej zróżnicowana pod względem szaty graficznej okazuje się prywatna prasa lokalna, w której to spotykamy najbardziej dynamiczny układ treści, wykorzystywanie ozdóbek i dużej ilości zdjęć w dobrej jakości, różnicowanie czcionki, wielkości tytułów itp. W prasie prywatnej najczęściej spotykamy też kolorowe strony. W periodykach parafialnych i miłośników ziemi (szczególnie tych drugich) mamy do czynienia z tradycyjnym sposobem łamania, który wynika, przede wszystkim, z wielkości publikowanych materiałów. Często spotykanym zjawiskiem są tu reprodukcje, stare zdjęcia i grafiki⁵⁹.

⁵⁷ M. Gierula: *Typologiczny rozwój...*, s. 19.

⁵⁸ Ibidem; R. Kowalczyk: *Podstawy przeobrażeń...*, s. 74.

⁵⁹ M. Gierula: *Typologiczny rozwój...*, s. 19.

Zasięg przestrzenny

Zgodnie z przyjętą przez OBP UJ typologią, prasę dzielimy na:

- ponadogólnokrajową;
- ogólnokrajową;
- regionalną i ponadregionalną (zasięg mniejszy, niż terytorium państwa a większy od województwa z lat 75 – 98 lub obecnie co najmniej jedno nowe województwo);
- lokalną - prasę lokalną I stopnia (zasięg równy jednemu staremu województwu, dziś mniej niż jedno województwo ale przynajmniej jeden powiat);
- sublokalną - prasę lokalną II stopnia (zasięg mniejszy niż jedno stare województwo dziś zasięg mniejszy niż jeden powiat)⁶⁰.

Strona | 38

Dla jaśniejszego przedstawienia grupy typologicznej, jaką jest prasa lokalna, zaproponowano, aby podzielić ją na:

- Mikroregionalną – zasięg przestrzenny mniejszy od jednego regionu prasowo – wydawniczego a większy lub równy jednemu powiatowi:
 - prasa diecezjalna;
 - prasa dawnych województw;
 - prasa miejsko – terenowa (obejmuje miasto będące centrum mikroregionu oraz tereny bezpośrednio ciężące do niego kulturowo, historycznie lub komunikacyjne);
 - prasa powiatowa;
 - pisma kilku większych miast ściśle powiązanych ze sobą gospodarczo, kulturowo czy komunikacyjnie;
 - pisma miejskie dużych miast obejmują zasięgiem obszar dużego miasta (200 – 500 tys.) lub kilka dzielnic wielkich miast (np. część Warszawy, Łodzi, Krakowa);

⁶⁰ R. Kowalczyk: *Media lokalne...*, s. 163-164; M. Gierula: *Prasa lokalna...*, s. 135 – 137.

- Sublokalną – jej obszar funkcjonowania nie przekracza terenu jednego powiatu:

- prasa zakładowa;

- prasa zakładowo – miejska (obejmuje swym zasięgiem zakład przemysłowy, urząd, instytucję lub jednostkę kształceniową oraz osiedle mieszkaniowe, dzielnicę lub miasto);

- prasa osiedlowa;

- prasa dzielnicowa;

- prasa parafialna;

- prasa dekanalna;

- prasa gminna;

- prasa miejska;

- prasa miejsko – gminna (obejmuje swym zasięgiem jedno małe lub średnie miasto i gminy wiejskie wokół niego⁶¹).

Ze względu na zasięg przestrzenny możemy też podzielić prasę lokalną na:

- nieograniczoną formalnie – jedynym ograniczeniem przestrzennego zasięgu są zainteresowania czytelnicze (ma to miejsce w przypadku prasy prywatnej oraz wydawanej przez miłośników ziemi czy regionu);
- ograniczoną formalnie – gazeta jest ściśle podzielona z podziałem formalnym terytorium (prasa samorządowa, parafialna itd.);
- wewnętrznego obiegu – pismo rozprowadzane wewnątrz jakiejś struktury organizacyjnej (prasa zakładowa, instytucji kształceniowych, związków zawodowych i partii politycznych)⁶².

Cechy formalne

Cechy formalne prasy lokalnej, takie jak periodyczność, objętość, nakład itd. nie są specyficzne dla poszczególnych grup typologicznych, można jednak

⁶¹ M. Gierula: *Prasa lokalna...*, s. 135 – 137.

⁶² M. Gierula: *Analiza rynku prasy...*

powiedzieć, że tygodniki lokalne są najbardziej charakterystyczne dla prasy prywatnej. W prasie samorządowej i parafialnej najczęściej występują miesięczniki a w prasie miłośników dominują miesięczniki i kwartalniki. Dominującą periodycznością w ogóle są miesięczniki (51%), rzadziej występują tygodniki (22%), kwartalniki (8%), dwutygodniki (7%) dwumiesięczniki i pisma wydawane nieregularnie (po 4%), dzienniki są zjawiskiem niezwykle rzadkim (ich liczba nie przekracza 1%). Znacząca większość pism lokalnych ukazuje się więc z periodycznością, która nie jest skuteczna w dostarczaniu informacji społeczności lokalnej⁶³.

Strona | 40

Nakład znaczącej większości pism lokalnych (90%) nie przekracza nakładu 6000 egzemplarzy, prawie 50% ma nakład znacznie niższy, bo do 1000 egzemplarzy. Około 25% periodyków tego rodzaju ma nakład nie większy niż 500 egzemplarzy. Większy nakład jest charakterystyczny dla pism ukazujących się z większą częstotliwością (tygodniki i dwutygodniki)⁶⁴.

⁶³ R. Kowalczyk: *Podstawy przeobrażeń...*, s. 74-75.

⁶⁴ R. Kowalczyk: *Media lokalne...*, s. 163-169; R. Kowalczyk: *Podstawy przeobrażeń...*, s. 75; M. Gierula: *Prasa lokalna...*s. 140.

HISTORIA PRASY LOKALNEJ W POLSCE PO II WOJNIE ŚWIATOWEJ

Początki czasopiśmiennictwa lokalnego na ziemiach polskich sięgają XIX wieku – w Księstwie Warszawskim powstawały departamentowe dzienniki, których głównym zadaniem było usprawnienie rozpowszechniania obowiązujących przepisów.

W roku 1847 w zaborze rosyjskim ukazywało się poza Warszawą i Wilnem 41 tytułów prasowych, w zaborze pruskim 42 (poza Poznaniem) a w austriackim – 4. Ożywienie na lokalnych rynkach prasowo wydawniczych przyniosła Wiosna Ludów – w roku 1848 na ziemiach polskich ukazało się 51 nowych tytułów. Większość okazała się efemerydami, jednak niektóre przetrwały i ukazywały się przez długi czas, jak na przykład „Gwiazdka Cieszyńska”, która była wydawana do 1939 roku. W drugiej połowie XIX wieku, po roku 1865 w zaborze rosyjskim ukazywało się 56 tytułów prasowych, w pruskim 172 a w austriackim 123.

Po odzyskaniu przez Polskę niepodległości zaczęto wydawać wiele nowych tytułów prasy lokalnej, co było związane z walką między partiami politycznymi, istnieniem na przełomie 1918 i 1919 roku kilku ośrodków władzy oraz ze stosunkowo dużą wolnością prasy. Oczywiście, władze starały się wpływać na prasę, pojawiły się też wysokonakładowe tytuły ogólnopolskie, co w pewien sposób ograniczyło rozwój prasy lokalnej. Nie bez znaczenia pozostaje też fakt, że na pomoc państwa mogły liczyć głównie tytuły samorządowe.

W wolnej Polsce zmieniły się zadania prasy lokalnej – nie musiała się ona już skupiać na krzewieniu świadomości narodowej, więc szybko zaczęto ją wykorzystywać jako narzędzie walki politycznej – pisma mocno się angażują w życie polityczne i państwowe, stąd duża ich ilość pojawia się w okresach kampanii wyborczych, jednak w większości przypadków nie utrzymują się na rynku.

Prasa lokalna w II RP była w różnym stopniu rozwinięta w poszczególnych częściach kraju. Najwięcej tytułów tego rodzaju ukazywało się na zachodzie (województwo poznańskie, pomorskie, śląskie) i centrum (warszawskie, łódzkie, kieleckie, lubelskie, białostockie). Przeważały pisma

niskonakładowe – zazwyczaj o nakładzie nie większym niż 2,5 tysiąca egzemplarzy i, mimo zróżnicowania i walki na scenie politycznej, prorządowe⁶⁵.

Czynniki sprawcze rozwoju prasy lokalnej

Strona | 42

Prasa lokalna i sublokalna nie wszędzie cieszą się jednakowym zainteresowaniem i nie wszędzie równie pomyślnie się rozwijają. Mamy więc do czynienia z regionami, gdzie ilość tego rodzaju periodyków na rynku jest imponująca, jak również takie, w których jest ich niewiele. Co ciekawe, można stwierdzić dosyć dużą stabilność poszczególnych regionów, jeżeli chodzi o aktywność prasowo wydawniczą na poziomie lokalnym. Co więc sprzyja rozwojowi prasy lokalnej i sublokalnej?

Na pewno, prasa lokalna ukazuje się częściej na terenach, gdzie lokalna społeczność wykazuje dużą aktywność oświatowo – kulturalną. Tutaj periodyki spotykają czytelników o dużych możliwościach odbiorczych – pojawiają się więc jako naturalna odpowiedź na społeczne zapotrzebowanie i reprezentują wysoki poziom merytoryczny.

Istnienie ponadlokalnych ruchów społecznych czy politycznych również ma wpływ na powstawanie tytułów na poziomie lokalnym. W momencie kiedy jakakolwiek forma zrzeszania się ludzi przybiera postać oddziałów terenowych, prędzej czy później powstaje potrzeba wydawania prasy lokalnej – historycznie wiele idei, łączących ludzi na dużym terytorium, było impulsem do tego, by w ramach ruchu powstała chęć stworzenia narzędzia komunikacyjnego na terenie najbliższym odbiorcy. Jako przykład można tu podać XIX wieczne ruchy społeczne i polityczne (robotnicze, narodowowyzwoleńcze, feministyczne) lub choćby bliższy współczesności NSZZ „Solidarność”.

Wydawanie prasy lokalnej może się też po prostu opłacać. Opłacalność można tu rozumieć w dwójnasób. Trudno oczekiwać, że każdy nowopowstały tytuł przyniesie fortunę swojemu wydawcy. Jak wiadomo, prasa lokalna nie zawsze, a raczej rzadko, jest źródłem dużych dochodów, choć istnieją tytuły opłacalne z ekonomicznego punktu widzenia. Znacznie częściej jednak owa

⁶⁵ S. Dziński: *Krótki rys dziejów polskiej prasy lokalnej (do 1989 r.)*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska*, J. Jarowiecki, A. Paszko, W. Kolasa (red.), Kraków 2007, s. 51-56.

opłacalność ma wymiar ideowo – polityczny. Posiadanie tytułu prasowego może być więc przepustką do zdobycia popularności – bycia rozpoznawalnym politykiem, działaczem społecznym czy też lokalnym przedsiębiorcą.

W okresie zaborów powstawaniu tytułów lokalnych sprzyjało polityczne rozdarcie naszego kraju. Niemożliwością było wydawanie prasy o zasięgu obejmującym wszystkie tereny polskie. Dlatego ograniczano się do wydawania tytułów lokalnych – co z perspektywy zróżnicowanych potrzeb i możliwości komunikacyjnych ludności w poszczególnych zaborach było zjawiskiem nie tylko wymuszonym, ale również bardzo pozytywnym.

Strona | 43

Jak już wspomniano, na niektórych terenach nawyk czytania gazet miejscowych jest mocno utrwalony od wielu lat. W takich miejscach prasa lokalna, nawet jeżeli okresowo z różnych powodów przestawała istnieć lub zmniejszała się jej ilość, zawsze się odradzała w momencie pojawienia się ku temu sprzyjających warunków prawno – politycznych i ekonomicznych.

Na niektórych terenach wreszcie historycznie (w okresie zaborów) ukazywała się spora ilość urzędowych druków periodycznych. W ich miejsce powstawały pisma lokalne, co było dowodem na zapotrzebowanie na prasę, jak również na przyzwyczajenia czytelniczne mieszkańców. Zjawisko to nazywamy „przetworzonym” lub „uszlachetnionym” naśladownictwem.

Trudno nie zauważyć czynników natury politycznej. Na pewno duże znaczenie dla rozwoju prasy w ogóle, w tym prasy lokalnej miały losy naszego kraju – odzyskanie niepodległości w 1918 roku czy przemiany zapoczątkowane w 1989 roku. Nie bez znaczenia pozostają również wydarzenia okresu PRL – odwilż 1956 przyczyniła się do powstania wielu periodyków o charakterze lokalnym (niektóre istnieją do dziś). Reforma administracyjna 1975 roku doprowadziła do podziału kraju, w którym to ukonstytuowało się na poziomie ówczesnych województw wiele pism lokalnych, których zasięg terytorialny jest do dziś względnie stały, mimo wprowadzonego w 1999 nowego podziału administracyjnego, który zresztą, przez stworzenie powiatów, również przyczynił się do aktywności prasowo wydawniczej⁶⁶.

⁶⁶M. Gierula: *Transformacja prasy lokalnej na Śląsku*, [w:] *Regionalna prasa na Górnym Śląsku w latach 1845 – 1996*, J. Gołębiowska, M. Kaganiec (red.),

Po roku 1989 czynnikami sprawczymi rozwoju prasy lokalnej były, przede wszystkim, wydarzenia polityczne (wybory na szczeblu centralnym i lokalnym), zapotrzebowanie władz administracyjnych i samorządowych, aktywność poszczególnych społeczności lokalnych, jak również komercyjne traktowanie zakładanych tytułów. Bardzo ważne w tym względzie były przyjęte unormowania prawne, a w szczególności:

- Ustawa o samorządzie terytorialnym z 8 marca 1990 roku, dzięki której gmina uzyskała osobowość prawną i samodzielność, co pozwoliło jej na wydawanie prasy;
- Ustawa o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa – Książka – Ruch” z 22 marca 1990, dzięki czemu zniknął ze sceny politycznej i wydawniczej koncern, który do tej pory był dysponentem i wydawcą większości ogólnoinformacyjnych tytułów krajowych, monopolizując działalność wydawniczą również na szczeblu lokalnym;
- Ustawa o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy Prawo Prasowe z 11 kwietnia 1990⁶⁷.

Trzeba dodać, że z inicjatywą wydawania pism lokalnych wychodziły nie zawsze lokalne społeczności, jednak pisma, które powstawały drogą decyzji odgórnych nie cieszyły się szczególnym zainteresowaniem i dlatego nie były w stanie ugruntować się na rynku. Podobnie było z pismami jednostronnymi, bezkrytycznymi, nie odpowiadającymi na społeczne zapotrzebowanie oraz tymi, które powstawały jedynie z chęci zysku. Konieczne dla sukcesu tytułu lokalnego zawsze było jego dostosowanie do lokalnych zapotrzebowań społecznych, gustów i oczekiwań potencjalnych czytelników⁶⁸.

Katowice 1999, s. 178 – 179; zob. też J. Mądry: *Przegląd czynników sprawczych...*, s. 22 – 32.

⁶⁷ M. Gierula: *Transformacja prasy lokalnej...*, s. 181 – 182; zob. też M. Gierula, M. Jachimowski: *Możliwości i ograniczenia w kształtowaniu się mediów lokalnych w okresie transformacji. Wybrane aspekty problemu*, [w:] *Media regionalne i lokalne a demokracja na szczeblu lokalnym*, W. Furman, K. Wolny (red.), Rzeszów 1998, s. 23.

⁶⁸ J. Mądry: *Przegląd czynników sprawczych...*, s. 33.

Polska prasa lokalna w latach 1945 – 1989

Po zakończeniu II wojny światowej sytuacja na rynku prasowo wydawniczym była bardzo niesprzyjająca ze względu na zniszczenia wojenne. Można powiedzieć, że zaczynano tworzenie systemu prasowego niemal od zera. Podejmowano liczne próby reaktywacji przedwojennych tytułów prasy lokalnej i tworzenia nowych, ale w zaistniałych realiach prawnopolitycznych okazało się to zadaniem niewykonalnym, gdyż nowy system prasowy nie liczył się z tradycyjnymi wzorcami funkcjonowania tego typu wydawnictw, jakie ukonstytuowały się wcześniej. Stąd na przełomie lat 40. i 50. rozwój czasopiśmiennictwa lokalnego został zahamowany. W latach 1952 – 1954 miało miejsce znaczne ożywienie na rynku prasy lokalnej – powstało wtedy ponad 100 nowych pism, jednak w większości nie były one wydawane zbyt długo, co było skutkiem sposobu ich powoływania. *...prawie wszystkie powstały w wyniku odgórnych decyzji, nie liczących się ani z potrzebami i oczekiwaniami danych społeczności lokalnych, ani tradycjami prasowo – wydawniczymi i czytelnickimi poszczególnych mikroregionów w Polsce*⁶⁹. Odwilż lat 1956 - 1957 dała nowe impulsy do rozwoju inicjatyw społeczno – kulturalnych, w tym również do powstawania nowych tytułów prasowych, przyczyniła się też do wzrostu zainteresowania czytelnictwem prasy w ogóle, w tym również tej poruszającej tematykę najbliższego czytelnikom otoczenia. Jednak i tym razem było to zjawisko krótkotrwałe. Wiele pism powstałych w tym czasie bardzo szybko upadło, powstawaniu nowych przeszkodziła powołana w roku 1958 Komisja do Spraw Wydawnictw, której działalność doprowadziła do likwidacji większości istniejących pism lokalnych i ograniczenia możliwości powoływania nowych. *W 1975 roku w Polsce wydawano 27 tytułów prasy lokalnej*⁷⁰. W województwie katowickim ukazywało się 11 tytułów (na drugim miejscu było województwo poznańskie – 5 tytułów). Sytuacja zaczęła się zmieniać po reformie podziału administracyjnego kraju. W 1979 roku zapadła decyzja o powołaniu we wszystkich nowych województwach tygodników lokalnych, co było reakcją

⁶⁹ S. Sobol: *Prasa powiatowa w Polsce*, „Materiały OBP”, zeszyt 30, Kraków 1975, s. 31 – 33.

⁷⁰ M. Gierula, M. Jachimowski: *Polska prasa lokalna po II wojnie światowej*, [w:] *Socjologiczne problemy społeczności lokalnych. Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych*, J. Mikułowski Pomorski (red.), Rzeszów 1990, s. 47.

między innymi na fakt, że nowy układ województw w najmniejszym stopniu nie odpowiadał rozmieszczeniu przestrzennemu dotychczasowej prasy lokalnej. Do 1982 każde nowe województwo posiadało własne pismo lokalne głównie z inicjatywy władz, ale stały się one stałym elementem krajobrazu prasy w Polsce.

Strona | 46

Choć pisma te powstawały drogą odgórnych decyzji władz nowych województw, zdołały się one na trwałe wpisać w strukturę prasy w Polsce i wiele z nich przetrwało okres transformacji ustrojowej, funkcjonując współcześnie obok nowopowstałych tytułów⁷¹.

Tendencje rozwojowe prasy lokalnej po roku 1989

Mówiąc o transformacji prasy lokalnej, można odnieść się do ogólnych tendencji rozwoju mediów w krajach demokratyzujących się, ponieważ wiele z nich powtarza się w różnych krajach. B. Dobek - Ostrowska wskazuje kilka etapów, jakie przechodzą media w okresie przemian ustrojowych:

- Pierwotny etap transformacji mediów ma miejsce w momencie przechodzenia do demokracji. Charakteryzuje się on brakiem stabilizacji i niepewnością polityczną, co sprawia, że aktorzy polityczni poruszają się wyjątkowo ostrożnie we wszelkich dziedzinach swej działalności, w tym również w kontaktach z mediami. Jedną z pierwszych decyzji nowych sił politycznych jest zazwyczaj uwolnienie mediów i zniesienie cenzury, a więc rezygnacja państwa (przynajmniej formalna) z kontrolowania środków przekazu. Jednocześnie zapadają decyzje o uwolnieniu rynku mediów dla zagranicznych inwestorów, co najczęściej w pierwszej kolejności dotyczy prasy drukowanej. Charakterystyczne dla tego etapu jest to, że zaufanie do mediów szybko rośnie, ponieważ decydują się one często na poruszanie nowych problemów, które w poprzednim systemie były ukrywane przez władze. Odgrywają one też niezwykle istotną rolę w edukacji obywateli, promowaniu demokracji itd. Ze względu na dużą siłę oddziaływania w tym okresie, mogą stać się niebezpiecznym narzędziem

⁷¹ M. Gierula, M. Jachimowski: *Możliwości i ograniczenia...*, s. 21.

w rękach rządzących lub nieświadomie szkodzić społeczeństwu przez bezmyślną politykę informacyjną.

- Etap wtórny transformacji mediów to czas, kiedy następuje konsolidacja demokracji – stary system zostaje całkowicie usunięty (dochodzi do wolnych wyborów, powołania nowego rządu, uchwalenia demokratycznej konstytucji). Na rynku medialnym wykształcają się cechy i mechanizmy rynkowe. Przedsiębiorstwa medialne się stabilizują, a rynek konsoliduje, czemu sprzyja wyciszenie opinii publicznej, która wcześniej pobudzała dziennikarzy. Prywatni właściciele stabilizują swoją pozycję na rynku, co zachęca do nowych inwestycji, ale również do koncentracji i umiędzynarodowienia mediów.
- Z etapem dojrzałości mediów mamy do czynienia, gdy na poziomie społecznym i instytucjonalnym ugruntuje się demokracja, wykształcą się profesjonalne elity polityczne i społeczeństwo obywatelskie⁷².

Oprócz ogólnych tendencji rozwoju mediów, można również wskazać kilka prawidłowości, charakterystycznych dla prasy lokalnej w Polsce, a mianowicie:

- Duża niestabilność całego rynku prasy lokalnej i jej poszczególnych grup typologicznych, szczególnie w pierwszej połowie lat 90. XX wieku;
- Zmiany w społecznym odbiorze „starych” tygodników lokalnych – grono ich czytelników stopniowo malało, nie dotyczyło to pism ugruntowanych na rynku przed rokiem 1989. Co więcej, nie zaistniała sytuacja, żeby nowy tygodnik uzyskał lepszą pozycję na rynku, niż stary;
- Zmiana skali w odbiorze prasy lokalnej – odchodzenie od czytelnictwa periodyku o większym zasięgu przestrzennym na rzecz periodyku bliższego odbiorcy;
- Wzrastająca alternatywność publicystycznej prasy lokalnej. Mamy do czynienia ze starymi tytułami, które zostały przejęte przez prywatny kapitał bądź spółdzielnie dziennikarskie i deklarują niezależność polityczno – ideologiczną, jednak największą stabilnością rynkową wykazują się nowe tytuły prasy, wydawane przez samorządy. Niewiele

⁷² B. Dobek Ostrowska *Lokalne media masowe...*, s. 175 – 178.

społeczności ma komfort dostępu do dwóch niezależnych tytułów lokalnych, jednak tendencje zmierzają do właśnie takiego modelu⁷³.

Prasa lokalna w okresie transformacji ustrojowej

Jak twierdzi B. Gołębiowski, *Na pewno z punktu widzenia rozwoju prasy lokalnej, mimo ogromnych trudności jakie ją nękają, warto było zmienić ustrój. Po 1989 roku nastąpił bardzo szybki wzrost ilościowy i jakościowy prasy lokalnej i regionalnej, jej duże zindywidualizowanie i zróżnicowanie formuł redakcyjnych. Był to wyraz wyzwolonej potrzeby wolności słowa, swobodnego tworzenia pluralistycznej opinii publicznej, własnych redakcji i pism*⁷⁴.

W okresie transformacji ustrojowej obserwujemy znaczny dynamizm na rynku prasowym w Polsce. W dużej mierze dotyczy on właśnie segmentu lokalnego, który do tej pory był najslabiej rozwinięty. Do okresu przemian na poziomie lokalnym, mimo nielicznych istniejących tytułów, brakowało infrastruktury komunikacyjnej, zdolnej do zaspokajania informacyjnych potrzeb społeczności lokalnych. Dlatego w momencie zlikwidowania ograniczeń prawnych, politycznych i ekonomicznych prasa na poziomie lokalnym zaczęła się bardzo szybko rozwijać⁷⁵.

Po roku 1989 prasa lokalna przeszła w naszym kraju trzy etapy rozwoju:

- Heroicznie – społecznikowski (1988 – 1991);
- Polityczny (1991 – 1993);
- Rynkowy - trwa do dzisiaj⁷⁶.

Na samym początku transformacji ustrojowej, czyli w latach 1989 – 1991, na rynku prasy lokalnej dominowały tytuły zakładane przez obóz „Solidarności” lub konkretne ugrupowania polityczne. Powstawały one na potrzeby kampanii wyborczych do parlamentu lub władz lokalnych. Tak więc, przed czerwcowymi wyborami parlamentarnymi 1989 roku pojawiło się wiele tytułów tzw. „prasy

⁷³ M. Gierula: *Polska prasa lokalna...*, s. 133 – 135.

⁷⁴B. Gołębiowski: *Prasa lokalna w procesach transformacji i kształtowania samorządności w Polsce*, http://www.sierpc.com.pl/sr/5_2001/prasa.html.

⁷⁵M. Gierula: *Analiza rynku prasy*

⁷⁶ . Chorązki, S. Dziński: *Prasa lokalna i regionalna...*, s. 139.

obywatelskiej”. Większość ich zniknęło niedługo po wyborach. Kolejnym impulsem do tworzenia lokalnych periodyków były wybory do władz lokalnych w maju 1990. Charakterystyczną ich cechą była bezkompromisowość, walka z relikami poprzedniego systemu i radykalizm. Początkowo zyskiwały sobie one wielu czytelników, jednak z czasem ich formuła traciła na atrakcyjności. Poza tym, były one najczęściej pozbawione poważnych podstaw ekonomicznych, więc z czasem większość z nich zniknęła z rynku⁷⁷. Po burzliwym okresie pierwszych spontanicznych gazet lokalnych mamy do czynienia z względną stabilizacją w tym segmencie (do 1993 roku), po czym następuje ponowny dynamiczny rozwój prasy lokalnej, mający już jednak swoje podstawy w innych kręgach społecznych i bardziej stabilny charakter (lata 1994 – 1995). W 1996 roku na rynku funkcjonowało już 95 tytułów prasy lokalnej⁷⁸.

Znowelizowane prawo prasowe poszerzyło znacznie krąg potencjalnych wydawców prasy, stąd z biegiem czasu zaczęło się pojawiać na rynku lokalnym coraz więcej podmiotów, zainteresowanych wydawaniem miejscowego periodyku: oprócz wspomnianych już Komitetów Obywatelskich prasę zaczęły wydawać lokalnej samorządy, osoby prywatne, spółki, różnego rodzaju stowarzyszenia i towarzystwa społeczno – kulturalne, spółdzielnie dziennikarskie oraz – co było zjawiskiem dotąd niespotykanym – parafie Kościoła Rzymskokatolickiego. W 1996 roku wśród zanotowanych przez OBP UJ 1700 czasopism wolnorynkowe stanowiły 30% prasy lokalnej, wydawane przez lokalne samorządy 41% (z czego 40% to biuletyny), pisma wydawane lub finansowane przez towarzystwa miłośników ziem, miast 14%, pisma parafialne ponad 13%, lokalna prasa partii i związków zawodowych 2%⁷⁹.

Pojawiła się też prasa o niespotykanym dotąd zasięgu przestrzennym – gminna, dzielnicowa czy parafialna. Liczba tytułów prasy sublokalnej z 73 w 1989 roku wzrosła w 1987 do blisko 1,5 tysiąca (co może być wartością zaniżoną, gdyż nie wszystkie tytuły na tym poziomie prasowo wydawniczym są

⁷⁷ T. Mielczarek: *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989 – 2006*, Warszawa 2007, s. 136 – 137.

⁷⁸ M. Gierula, M. Jachimowski: *Możliwości i ograniczenia...*, s. 24.

⁷⁹ Z. Bajka: *Historia polskiej prasy lokalnej i jej rozwój po 1989 roku*, [w:] *Poradnik dla dziennikarzy i wydawców prasy lokalnej. Tom I*, A. Hejman (red.), Warszawa 1997, s. 28.

rejestrowane)⁸⁰. W 1996 roku prasa lokalna lub sublokalna ukazywała się w co drugim mieście i w co czwartej gminie w Polsce. Jej brak w niektórych miejscowościach był spowodowany tym, że albo brakowało zainteresowania jej wydawaniem ze strony samorządów bądź osób prywatnych, lub nie dostrzegano wyraźnego zainteresowania mieszkańców taką inicjatywą⁸¹.

Strona | 50

Ograniczeniu zasięgu terytorialnego pism lokalnych towarzyszyło zmniejszenie nakładu poszczególnych periodyków i prasy lokalnej w ogóle. Przyczyną ograniczenia wielkości nakładów było zresztą nie tylko zmniejszenie ich zasięgu terytorialnego, ale również ogólny spadek czytelnictwa prasy, spowodowany między innymi trudnościami ekonomicznymi społeczeństwa. O ile bowiem w roku 1989 54,5% mieszkańców województw śląskich (katowickiego, bielskiego, częstochowskiego i opolskiego) deklaroowało kontakt z prasą lokalną, to w roku 1993 już tylko co trzeci⁸².

W okresie transformacji ustrojowej liczba tytułów lokalnych na polskim rynku prasowo wydawniczym zwiększyła się ponad 30 – krotnie. O ile w 1992 roku stanowiły one 29,2% wszystkich wydawanych czasopism, o tyle w 2000 roku już 45,8%. Jak już wspomniano, wzrost ilości tytułów nie było proporcjonalny do wzrostu udziału nakładów tej prasy w rynku – w 1988 3,8% nakładu ogólnego stanowiły pisma lokalne, w 2000 roku – 13%. Średni nakład pisma lokalnego wynosił w 1988 35,8 tys. egz. a w 2000 4 tys. egz.⁸³.

Mimo przewidywań sceptyków, prasa lokalna ma dość stabilną sytuację na rynku. Choć wiele tytułów jest bardzo efemerycznych, po ich upadku w ich miejsce powstają nowe. Szacuje się, że w latach 90. liczba czasopism lokalnych i sublokalnych wahała się pomiędzy 1800 a 2300 tytułów, z czego 1/3 stanowiła prasa parafialna⁸⁴. Na przełomie wieków, według badaczy OBP UJ, liczba tytułów prasy lokalnej i sublokalnej ustabilizowała się na poziomie ok. 2,5 tysiąca tytułów. Szczególnie wiele nowych tytułów prasy sublokalnej pojawiało się

⁸⁰ T. Mielczarek: *Monopol, pluralizm, koncentracja...*, s. 144.

⁸¹ Z. Bajka: *Historia polskiej prasy lokalnej...*, s. 29.

⁸² M. Gierula, M. Jachimowski: *Możliwości i ograniczenia...*, s. 23.

⁸³ M. Gierula: *Prasa lokalna...*, s. 138 – 139.

⁸⁴ Z. Bajka: *Historia polskiej prasy lokalnej...*, s.28.

zawsze w okresach kampanii przedwyborczych do samorządów, natomiast najbardziej gorące dyskusje obecne były w niej tuż po wyborach⁸⁵.

Perspektywy rozwoju komunikowania lokalnego

W dobie globalizacji obserwujemy coraz częstszy powrót do lokalizmu, który jednak niekoniecznie oznacza szansę dla samej prasy lokalnej. Badacze uważają, że postępującym zmianom świadomościowym towarzyszyć będą zmiany nie tyle ilościowe, co jakościowe w przestrzeni komunikowania lokalnego.

Przede wszystkim, oczekuje się (co zresztą już jest widoczne) stałego powstawania nowych środków komunikowania na poziomie lokalnym – nie tylko prasy, ale również stacji radiowych i telewizyjnych, stron internetowych. Następuje też coraz silniejsze przenikanie się i uzupełnianie oferty mediów lokalnych i regionalnych. Można mówić o „lokalizacji” mediów regionalnych, w których poświęca się coraz więcej uwagi problematyce lokalnej, kosztem tematyki ogólnokrajowej i międzynarodowej. W mediach lokalnych ścierają się (i będą ścierać) dwie przeciwstawne tendencje – z jednej strony są one coraz bardziej spluralizowane pod względem ideowym i własnościowym, z drugiej mamy do czynienia z procesami koncentracyjnymi i monopolizacyjnymi⁸⁶.

W związku z koniecznością konkurowania o odbiorcę z innymi mediami, nie tylko lokalnymi, ale też regionalnymi, największą szansę powodzenia i utrzymania się na rynku mają tytuły prasy lokalnej, których wydawca charakteryzuje się na tyle dużą zdolnością finansową oraz świadomością specyfiki rynku prasowego, że jest gotów finansować deficyt w pierwszym okresie ukazywania się gazety. Dla pomyślnego funkcjonowania prasy lokalnej koniecznym wydaje się również zatrudnianie profesjonalnych dziennikarzy, licznych współpracowników oraz akwizytorów reklam. Pismo lokalne ma szansę funkcjonować tylko wówczas, kiedy posiada wystarczający rynek czytelniczy i reklamowy oraz sprawny kolportaż.

⁸⁵ T. Mielczarek: *Monopol, pluralizm, koncentracja...*, s. 144 – 148.

⁸⁶ S. Michalczyk: *Media lokalne w komunikacji społecznej. Aktualne potrzeby badawcze*, [w:] *Regionalne i lokalne media w społeczeństwie wielokulturowym*, J. Glensk, A. Kalczyńska (red.), Opole 2004, s. 24 – 25.

Niestety, większość z tych warunków nie jest spełniana w małych miejscowościach. Dlatego większość stabilnych tytułów to prasa samorządowa. Pozostałe czeka, prawdopodobnie, pochłonięcie przez tytuły o większym zasięgu terytorialnym, lub nawet los dodatków czy kolumn w silnych gazetach regionalnych, ponadpowiatowych i powiatowych⁸⁷.

Przegląd wybranych badań nad prasą lokalną w XXI wieku

W roku 1999 Instytut Badania Rynku i Opinii Publicznej SMG/KRC Poland Media przeprowadził badania czytelnictwa prasy na Dolnym Śląsku, z których wynika, że Polacy czytają przede wszystkim prasę regionalną, traktując gazetę ogólnopolską jako lekturę dodatkową. Z badań tych wynika też, że czytelnicy prasy mają psychologiczną potrzebę związku, identyfikacji ze swoim najbliższym otoczeniem⁸⁸. Najnowsze badania OBP UJ wskazują na odwrócenie tej tendencji – obecnie największą popularnością cieszy się prasa ogólnopolska, natomiast regionalna jest traktowana raczej jako źródło dodatkowe, co ma związek z rozpowszechnianiem bezpłatnych gazet codziennych, jak również z „wojną cenową”, mającą miejsce głównie na rynku dzienników, a prowadzącą do przegranej dzienników regionalnych w walce o odbiorcę⁸⁹.

W maju 2002 było w Polsce zarejestrowanych 2514 gazet lokalnych i sublokalnych. 39% stanowiły wtedy pisma wolnorynkowe, ok. 37% tytuły wydawane lub współwydawane przez lokalne samorządy (w tym ok. 50% to biuletyny informacyjne), ok. 14,5% to pisma III sektora a ok. 10% parafialne. Zupełny margines stanowiły pisma lokalnych oddziałów partii politycznych i związków zawodowych oraz gazety zakładowe. Prasa lokalna ukazywała się w co czwartej gminie wiejskiej (27%) i co drugim mieście (59%). Najwięcej tytułów tego typu było zarejestrowanych w Małopolsce (284), na Mazowszu (282), w

⁸⁷ W. Chorążki, S. Dziki: *Prasa lokalna i regionalna...*, s. 139 – 140.

⁸⁸ A. Lobka – Pietras: *My chcemy wiedzieć, co się u nas dzieje – informacje lokalne wciąż w cenie*, [w:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, I. Borkowski, A. Woźny (red.), Wrocław 2003, s. 86.

⁸⁹ Zob. S. Nowicki: *Zainteresowanie prasą codzienną w Polsce. Tendencje i różnicowanie korzystania z prasy codziennej i co z tego wynika dla przyszłości czytelnictwa prasy*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1-2/2008, s. 9-34.

Wielkopolsce (279) i na Górnym Śląsku (278). Najmniej prasy lokalnej wydawano na tzw. ścianie wschodniej i w centrum Polski.

Prawie połowa gazet lokalnych i sublokalnych wydawanych w tym czasie w Polsce była miesięcznikami. Jeżeli chodzi o nakłady, to przeciętna ilość jednorazowego wydania prasy samorządowej wynosiła 600 – 800 egzemplarzy, prasa wolnorynkowa ukazywała się w średnim nakładzie 2500 – 3000 egzemplarzy.

Strona | 53

Na poziomie sublokalnym dominowały tytuły samorządowe (54%), parafialne (13,5%), regionalistyczne (15%) a prasa wolnorynkowa stanowiła niecałe 18%. W prasie lokalnej natomiast dominującą formą były tytuły wolnorynkowe – 62,6%, samorządowe stanowiły jedynie 18,2%. Na poziomie lokalnym tygodniki i dwutygodniki stanowiły ok. 53% wszystkich ukazujących się pism, natomiast w prasie sublokalnej dzienniki, tygodniki i dwutygodniki nie stanowiły więcej niż 25% ogółu prasy⁹⁰.

Polska pod względem czytelnictwa gazet w 2002 roku znajdowała się poniżej 50 miejsca wśród 70 państw ujętych w raporcie World Press Trends. Badania z tego samego roku, przeprowadzone przez SGL wskazują, że gazeta lokalna jest często liderem lokalnego rynku mediów – ponad 50% badanych wskazywało tygodnik lokalny jako główne źródło informacji o najbliższym otoczeniu, kontakt z ostatnim numerem pisma deklarowało aż 60% respondentów⁹¹.

Od listopada 2001 firma Lokalne Badania Społeczne zrealizowała ponad 50 projektów badawczych na terenie całego kraju, dotyczących czytelnictwa gazet lokalnych i regionalnych.

Typowa gazeta lokalna ma mniej więcej zrównoważoną proporcję czytelników i czytelniczek, choć niewiele więcej jest kobiet. Najwięcej czytelników jest w przedziałach środkowych wieku, najmniej w przedziałach skrajnych. Najmniej jest czytelników z wykształceniem podstawowym. Sytuacja

⁹⁰ W. Chorążki: *Aktualna sytuacja mediów...*, s. 29 – 30.

⁹¹ J. Braun: *Media lokalne i regionalne wobec procesów koncentracji rynku*, [w:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, I. Borkowski, A. Woźny (red.), Wrocław 2003, s. 15.

materialna wpływa na czytanie prasy lokalnej – najmniej czytelników jest w grupie o najniższych dochodach.

Prasa lokalna jest najważniejszym źródłem informacji na temat najbliższej okolicy. Ze wszystkich badań LBS wynika, że lokalne gazety są postrzegane jako bardzo istotne, często najistotniejsze źródło informacji na temat spraw lokalnych. Prasa lokalna jest również najczęściej wykorzystywanym źródłem informacji na temat działalności lokalnych polityków, urzędów gminnych i miejskich, władz samorządowych:

Strona | 54

	Życie lokalne	Lokalne władze
Prasa lokalna	65%	61%
Znajomi/rodzina	16%	32%
Telewizja	11%	18%
Prasa ogólnop.	15%	9%

Czytelnicy najbardziej interesują się różnymi aspektami życia lokalnych społeczności, w tym informacjami na temat działalności władz lokalnych. Do najczęstszych powodów sięgania po prasę lokalną należą informacje lokalne, ogłoszenia drobne, przyzwyczajenie oraz wiarygodność źródła.

Według badań prywatna gazeta ma ponad trzykrotnie więcej czytelników niż pismo samorządowe.

Czytelnictwo prasy lokalnej jest sprzężone z aktywnością społeczną i wyborczą - badania wskazują, że wśród czytelników prasy lokalnej jest o 10% więcej głosujących w wyborach samorządowych niż w grupie, która prasy lokalnej nie czyta. Wyższe jest również uczestnictwo w organizacjach społecznych, można więc powiedzieć, że czytelnictwo prasy lokalnej ma charakter obywatelski.

Na poziomie lokalnym w Polsce prasa lokalna cieszy się o wiele większym zainteresowaniem niż ogólnokrajowa. Szczególnie chętnie czytane są

te tytuły, które mają na rynku silną pozycję, ich czytelnikami są ludzie w różnym wieku, o różnym poziomie wykształcenia i dochodach⁹².

W roku 2005 na zlecenie Stowarzyszenia Gazet Lokalnych firma Millward Brown SMG-KRC przeprowadziła badania, z których wynika, że prasa lokalna jest najchętniej czytana na prowincji, w gminach i powiatach. Przeprowadzono wywiady kwestionariuszowe z reprezentatywną grupą 500 osób. Respondenci, pytani o główne źródło informacji lokalnych w pierwszej kolejności wskazywali prasę lokalną (15%), telewizję (7%) i dziennik regionalny (7%). 72% osób, biorących udział w badaniu deklarowało, że sięga po gazetę lokalną z powodu rzetelnego relacjonowania życia lokalnego. Aż 95% przyznało, że czyta/ogląda reklamy, zamieszczane w tego typu pismach. Najbardziej interesującą tematyką dla społeczności lokalnej była działalność miejscowych władz, znacznie mniej osób interesowało się lokalnym życiem sportowym⁹³.

W 2006 roku Media Consulting Group przeprowadziła interesujące badania nad czytelnictwem prasy lokalnej i regionalnej, z których wynika, że Polacy odwracają się od czytelnictwa prasy regionalnej na rzecz lokalnej właśnie. Głównymi powodami odchodzenia od prasy regionalnej okazały się: cena, postrzeganie prasy regionalnej jako układowej, brak lokalności i pogoń za sensacją.

Czytelnicy mają określone wymagania w stosunku do tytułów prasy lokalnej. Oczekuje się, że będzie w nich więcej zapowiedzi (zamiast kronikarstwa), pozytywnych informacji na temat rozwoju miasta, inwestycji itp., informacji użytkowych i praktycznych oraz wiadomości o nieszczęściach – sąsiadów. Aby prasa lokalna odnosiła sukcesy, musi poruszać tematy, związane z najbliższym otoczeniem geograficznym, indywidualnym, społecznym i uczuciowym czytelnika, a w szczególności dotyczące bieżących informacji

⁹² M. Jóźko: *Prasa lokalna i regionalna jako element społeczeństwa informacyjnego*, [w:] *Media lokalne a demokracja lokalna*, J. Chłopecki, R. Polak (red.), Rzeszów 2005, s. 105 - 117; zob. też: http://www.lokalnebadania.com/?page_id=30 oraz A. Gruchot: *Sytuacja ekonomiczna prasy lokalnej w kontekście jej przeobrażeń i perspektyw rozwoju*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska*, Kraków 2007, s. 144.

⁹³ J. Pantak: *Lokalne górą*, [w:] „Bez wierszówki – miesięcznik Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich – oddział w Olsztynie”, nr 11 (18) listopad 2005; szerzej na temat badań Stowarzyszenia Gazet Lokalnych w R. Kowalczyk: *Media lokalne...*, Tom II, s. 107-116.

miejscowych, życia kulturalnego, sublokalnych wiadomości sportowych, ogłoszeń o pracy i informacji praktycznych⁹⁴.

⁹⁴ *Po co miastu gazeta.* [w:] http://www.mcg.biz.pl/oferta_miasto.html.

ROZDZIAŁ II

Strona | 57

FUNKCJE I OGRANICZENIA PRASY LOKALNEJ

FUNKCJE PRASY LOKALNEJ

Strona | 58

Aby mówić o funkcjach prasy, musimy najpierw dokonać podstawowego rozróżnienia funkcji na zamierzone, nadane i pełnione. Jest to konieczne ze względu na fakt, że często pojawia się rozbieżność między tym, co redakcja deklaruje jako swoje funkcje czy zadania, faktycznym komunikatem, który się często różni z zamierzeniami oraz rzeczywistym oddziaływaniem na odbiorców. Funkcjami zamierzonymi więc nazywa się pożądane przez nadawcę efekty jego komunikatu, jest to więc funkcja intencjonalna, nie zawsze realizowana. To, jak faktycznie wygląda komunikat, określają funkcje nadane, natomiast rzeczywisty wpływ publikacji na odbiorcę to funkcje realizowane⁹⁵.

Aby określić funkcje pisma na poziomie intencjonalnym, wystarczy zapoznać się z jego linią programową (bądź to spisana, bądź deklarowaną przez jej członków). Do poznania funkcji nadanych niezbędna jest już analiza zawartości prasy, natomiast funkcje faktycznie pełnione możemy poznać dzięki badaniom społecznym, przeprowadzonym na czytelnikach.

Faktycznie pełnione funkcje, zadania i cele prasy lokalnej bywają wypadkową planów i oczekiwań najważniejszych podmiotów lokalnych:

- Odbiorców (społeczności) lokalnych (czytelników lub słuchaczy czy widzów);
- Właścicieli mediów lokalnych;
- Dziennikarzy;
- Lokalnego biznesu, czyli potencjalnych reklamodawców;
- Władz lokalnych oraz innych nadrzędnych ośrodków decyzyjnych⁹⁶.

Funkcje prasy lokalnej – przegląd koncepcji

⁹⁵ R. Kowalczyk, *Prasa lokalna...*, s. 515; zob. też. I. Tetelowska: *Szkice prasoznawcze*, Kraków 1972, s. 150-152.

⁹⁶ M. Gierula: *Prasa lokalna...*, s. 144.

Nie ma zgodności wśród badaczy co do tego, jakie funkcje faktycznie pełni prasa lokalna w ogóle, zresztą tego typu generalizacje są niewskazane ze względu na duże zróżnicowanie zarówno gatunkowe, jak i tematyczne wśród tego typu periodyków. Jeśli chodzi o funkcje, jakie ta prasa pełnić może, czy nawet powinna ze względu na swoją specyfikę, to istnieje wiele różnych klasyfikacji, które zawierają od kilku do kilkunastu nawet możliwych funkcji. Według W. Chorążkiego, prasa lokalna spełnia następujące funkcje:

- informacja lokalna;
- integracja środowiska lokalnego;
- kontrola władz lokalnych;
- promowanie inicjatyw lokalnych;
- edukacja;
- wspieranie kultury lokalnej;
- pełnienie roli „trybuny społeczności lokalnej”;
- kształtowanie opinii społecznej;
- integracja regionalna;
- dostarczanie rozrywki⁹⁷.

Nieco szerszą klasyfikację proponuje M. Gierula, który wylicza 11 funkcji prasy lokalnej:

- wszechstronną, bieżącą informację lokalną;
- pełnienie funkcji „trybuny społeczności lokalnej”;
- integrację środowiska lokalnego;
- kształtowanie lokalnej opinii społecznej;
- kontrolę władz lokalnych;
- integrację społeczności lokalnej w strukturach lokalnych i ponadlokalnych;
- wspieranie lokalnej kultury;
- promocję „małej ojczyzny”;
- edukację społeczno – polityczną, kulturalno – historyczną i ekonomiczną społeczności lokalnej;

⁹⁷ W. Chorążki: *Obraz niezależnej...*, s. 17 – 18.

- funkcję reklamowo – ogłoszeniową w stosunku do lokalnych reklamodawców;
- osiągnięcie sukcesu ekonomicznego na rynku;
- funkcję rozrywkową, lokalną w tematyce, formie lub autorstwie⁹⁸.

Opierając się na powyższej propozycji, jak również na innych konstruowanych przez teoretyków listach funkcji prasy lokalnej, można wyodrębnić funkcje bardziej ogólne, co czyni R. Kowalczyk, wskazując na następujące funkcje:

- informacyjno – kontrolną,
- socjalizacyjno – wychowawczą,
- integracyjną,
- mobilizującą,
- reklamowo – ogłoszeniową⁹⁹.

Wszystkie przedstawione klasyfikacje zawierają funkcje, jakie mogą pełnić periodyki lokalne. Oczywiście, poszczególni badacze wskazują na funkcje nie zawarte w tychże klasyfikacjach, jak na przykład funkcja promowania władzy, jednak ze względu na spory badaczy (czy wspieranie władzy jest funkcją czy raczej dysfunkcją tych mediów) bezpieczniej jest niektórych potencjalnych funkcji w klasyfikacjach nie zamieszczać.

Dla omówienia roli i celów, jakie spełniają współczesne tytuły lokalne, posłużę się pierwszą z zaprezentowanych klasyfikacji jako szeroką i umożliwiającą przejrzyste zaprezentowanie dostępnych opinii na temat roli, jaką odgrywa współcześnie prasa lokalna, choć każda z tych typologii, według mnie, równie dobrze opisuje zjawisko.

⁹⁸ M. Gierula: *Typologiczny rozwój...*, s. 14 – 15.

⁹⁹ R. Kowalczyk, *Prasa lokalna...*, s. 519; w swojej najnowszej publikacji nt. mediów lokalnych R. Kowalczyk proponuje wyróżnienie funkcji poznawczej, informacyjno-kontrolnej, socjalizacyjno-edukacyjnej, perswazyjnej, integracyjnej, mobilizacyjnej, rozrywkowej, reklamowo-ogłoszeniowej i dokumentacyjnej. Szerzej na ten temat w R. Kowalczyk: *Media lokalne...*, tom I, s. 357-379.

Funkcje współczesnej prasy lokalnej

Strona | 61

Informacja lokalna

Głównym zadaniem prasy lokalnej jest informowanie społeczności lokalnych o wydarzeniach mających miejsce w ich najbliższym otoczeniu. Jest to funkcja stanowiąca o możliwości zaliczenia danego tytułu do tej właśnie kategorii wydawnictw prasowych. Informowanie jest tu szeroko pojmowane, jako dostarczanie informacji z wszelkich dziedzin życia społecznego, politycznego i kulturalnego oraz gospodarczego, jak również wiadomości handlowych z lokalnego rynku towarów i usług, co częściowo pokrywa się z funkcją reklamową. Media lokalne *wypełniają lukę informacyjną i publicystyczną, którą pozostawiają w systemie komunikowania media ogólnokrajowe i regionalne*¹⁰⁰. Dzięki temu zapewniają społeczności lokalnej dostęp do informacji, która jest dla niej najbliższa, a która niekoniecznie staje się przedmiotem zainteresowania prasy o większym zasięgu terytorialnym. Sam fakt pojawienia się, czy raczej odrodzenia periodyków lokalnych jest dowodem na istnienie zapotrzebowania na tego typu informację, na niezaspokojenie informacyjne mieszkańców¹⁰¹.

Funkcja informacyjna jest odpowiedzią na zasadę jawności życia publicznego, realizacją prawa obywateli do informacji¹⁰². Funkcja informacyjna nie ogranicza się do przekazywania bieżących wiadomości o tym, co się stało w najbliższym otoczeniu czytelników. Mogą to być również wiadomości ogólnokrajowe czy uniwersalne, jednak podane w sposób przystępny dla lokalnej społeczności, przedstawione przez pryzmat jej sytuacji i ewentualnych dla niej konsekwencji. Jak twierdzi E. Kornilow: *O ile prasa centralna, przy całym swoim dążeniu do opierania się na konkretnym doświadczeniu, rozpatruje przede wszystkim problemy charakterystyczne dla całego kraju, daje podstawowe informacje, to lokalne wydawnictwa są w stanie brać pod uwagę osobliwości bardzo zróżnicowanych grup społecznych, zawodowych i etnicznych, obejmując*

¹⁰⁰ A. Jaskiernia: *Media masowe w demokratycznych procesach wyborczych. Standardy europejskie i uwarunkowania ich realizacji*, Warszawa 2008, s. 54 – 55.

¹⁰¹ J. Sobczak: *Wolność prasy w myśl litery prawa ...*, s. 60.

¹⁰² Por. M. Gierula *Analiza rynku prasy ...*; więcej na temat funkcji informacyjnej w R. Kowalczyk: *Media lokalne ...*, s. 360-363.

każdy kolektyw pracowniczy, dochodząc do każdego człowieka, prowadząc analizę ogólnych problemów na podstawie dostępnych, bliskich wszystkim czytelnikom faktów, rozmawiać z czytelnikami tym samym językiem, tworzyć intymność kontaktu. Prasa lokalna zaspokaja zainteresowania informacyjne czytelników, związane z mikrośrodowiskiem, w którym bezpośrednio się znajdują i funkcjonują¹⁰³.

¹⁰³E. Kornitow: *Sowietskaja miestnaja priessa...*, s. 5. (tłum. P. Sz.)

Integracja środowiska lokalnego

Omawiana kategoria prasy, ze względu na swój lokalny charakter, może również spełniać rolę integracyjną dla miejscowej społeczności. Ponieważ jest tworzona właśnie dla niej i o niej. Integrację będziemy rozumieć tu jako *proces społeczny, zapewniający jedność całości społecznej, (...) jedność wynikającą z zespolenia najbardziej podstawowych dla życia społecznego wzorów, norm, uczuć, ideałów i wartości*¹⁰⁴. Zespolenie to może odbywać się zarówno poprzez wskazywanie wspólnych wszystkim członkom społeczności wartości, jak i przez podkreślanie wspólnych interesów. Może również dokonywać się drogą akcentowania odrębności od innych społeczności, wskazywanie na wspólne pochodzenie, tradycje czy kulturę. Istnieje tu niebezpieczeństwo z jednej strony wyrobienia postaw wrogich wobec innych grup społecznych, jak i chęci odcięcia się od hermetycznego środowiska.

Strona | 63

Niewątpliwie jednak, poprzez dostarczanie informacji na temat najbliższego otoczenia, prasa lokalna jest w stanie podnosić świadomość przynależności do małej ojczyzny, a tym samym zbliżać do siebie jej mieszkańców. Wzrastająca ilość tytułów prasy lokalnej jest dowodem *odrodzenia się patriotyzmu lokalnego, identyfikacji z „małą ojczyzną”, nazywaną przez Stanisława Ossowskiego ojczyzną prywatną. Pisma lokalne wychodziły naprzeciw zauważanemu już wcześniej zainteresowaniu regionem, obszarem, w którym przyszło konkretnemu człowiekowi żyć i pracować. Odgrywały także i odgrywają nadal istotną rolę w umacnianiu wspólnot terenowych*¹⁰⁵. Prasa ta może przyczyniać się do odbudowywania więzi lokalnych naruszonych lub zerwanych w trakcie przemian cywilizacyjnych i transformacyjnych ostatnich dziesięcioleci, co sprzyja odzyskiwaniu przez społeczności lokalne podmiotowości obywatelskiej¹⁰⁶.

Wielu badaczy i teoretyków mediów zgadza się z takim podejściem. T. Sasińska – Klas twierdzi że *media lokalne i regionalne wzmacniają tożsamość*

¹⁰⁴ J. Olbrycht, *Spoistość małej grupy społecznej (próba analizy metodologicznej)*, Katowice 1987, s. 19.

¹⁰⁵ J. Sobczak: *Wolność prasy w myśl...*, s. 60.

¹⁰⁶ M. Gierula *Analiza rynku prasy ...*; R. Kowalczyk: *Media lokalne...*, s. 368-372.

*kulturową regionów, dają poczucie obywatelskości*¹⁰⁷, natomiast E. Chudziński zwraca uwagę, że z *perspektywy historycznej media stanowiły zaczyn ruchów społecznych lub były pochodną takich ruchów*¹⁰⁸. Wiele osób podkreśla również, że media lokalne mogą odegrać istotną rolę nie tylko w integrowaniu społeczności lokalnych, ale nawet w integracji europejskiej. B. Gołębiowski utrzymuje, że *nie ma integracji bez upowszechniania tradycji lokalnych, historii tej małej "ojczyzny prywatnej" -miejsca urodzenia, życia, pracy, przyjaźni. "Ojczyzna prywatna", rodzinna jest progiem tak do ojczyzny regionalnej, jak państwowo-ideologicznej, krajowej, wreszcie do "ojczyzny ludzkości*¹⁰⁹". Dla spełniania funkcji integracyjnej przez prasę lokalną ważne jest jednak przedstawianie jak największej ilości pozytywnych informacji¹¹⁰, które w świadomości odbiorców będą mogły zbudować taki wizerunek zamieszkiwanego przez nich mikroregionu czy jednostki administracyjnej, z którym będą się chcieli utożsamiać, dzięki któremu wytworzy się w nich pozytywna świadomość społeczna, tożsamość i poczucie dumy z zamieszkiwania w tym właśnie a nie innym miejscu.

Kontrola władz lokalnych

Funkcja kontrolna prasy lokalnej realizuje się w nadzorze nad różnymi przejawami życia społeczno – politycznego, co znajduje wyraz w permanentnym ich obserwowaniu, informowaniu o nich i komentowaniu. Funkcja kontrolna wyraża się więc poniekąd w funkcji informacyjnej, przy czym nie polega ona tylko na informowaniu o bieżących wydarzeniach, ale również na łączeniu ich w pewną całość, tworzeniu ogólnego obrazu przemian i ich komentowaniu, co z kolei może mobilizować społeczność do określonych zachowań, bądź do wyrażania własnej opinii.

Kontrolowanie władz lokalnych przez media jest niezwykle istotne z punktu widzenia demokracji. Nie wystarczy bowiem kontrola w postaci

¹⁰⁷L. Pokrzycka, K. Bernat: *Media regionalne – sukcesy i porażki*, [w:] <http://www.reporterzy.info/article.php?go=rynek,340,media-regionalne---sukcesy-i-porazki>.

¹⁰⁸ Ibidem.

¹⁰⁹ B. Gołębiowski: *Prasa lokalna w procesach transformacji*

¹¹⁰ Zob. R. Kowalczyk: *Prasa lokalna w perspektywie zmiany społecznej*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska*, J. Jarowiecki, A. Paszko, W. Kolasa (red.), Kraków 2007, s. 124.

cyklicznych wyborów władz samorządowych. Media lokalne kontrolują władze na trzy sposoby:

- Przez sam fakt ich istnienia – władze, mając świadomość, że ich poczynania są obserwowane przez prasę i że mogą one być opisane na jej łamach, zachowują się inaczej niż gdy nie posiadają świadomości takiej kontroli;
- Informowanie o poczynaniach władz – o decyzjach, działaniach, planach i zaniechaniach – to skłania ludzi do dyskusowania na tematy, których istnienia, być może, nie mieliby bez mediów lokalnych;
- Ustosunkowywanie się do działań władzy i innych kwestii publicznych, komentarze, opinie, udział w dyskusjach publicznych, ocenę¹¹¹.

Strona | 65

Przez informowanie społeczności lokalnej prasa lokalna zwiększa świadomość polityczną jej obywateli, co sprawia, że sami stają się zdolni do analizowania i oceniania poczynania władzy. Ma to więc związek ze świadomym budowaniem społeczeństwa obywatelskiego i demokracji na szczeblu lokalnym, ponieważ *tylko dobrze poinformowany obywatel może być świadomym uczestnikiem w procesie powstawania społeczeństwa kierującego się zasadami prawa i samorządności*¹¹². Dzięki lepszemu poinformowaniu obywatele nie tylko zaczynają kontrolować władzę, ale również aktywnie włączają się w proces rządzenia (zarządzania) gminą, urzeczywistniając idee samorządności.

Promowanie inicjatyw lokalnych

Informacja, przekazywana społecznościom lokalnym, a dotycząca problemów ważnych dla wszystkich jej członków, lub tylko dla ich części, częstokroć mobilizuje ludzi do działania, do wzięcia sprawy w swoje ręce, do poprawiania sytuacji w “małej ojczyźnie”. Niejednokrotnie zdarza się, że inicjatywa działań wychodzi od samej prasy (organizowanie zbiórek na szczytne cele, koncertów charytatywnych itp.). Często jednak obywatele sami zajmują się organizowaniem przedsięwzięć publicznie pożytecznych, natomiast prasa lokalna daje im „patronat medialny”, dzięki czemu akcje zostają rozpropagowane wśród

¹¹¹ D. Księski: *Relacje między władzą samorządową a gazetą lokalną*, [w:] *Media lokalne a demokracja lokalna*, J. Chłopecki, R. Polak (red.), Rzeszów 2005, s. 120.

¹¹² M. Gierula *Analiza rynku prasy*

całej społeczności¹¹³. Co więcej, wskazywanie i chwalenie pozytywnych inicjatyw społecznych skłania do działania kolejne osoby, dzięki czemu integrują się oni między sobą, pogłębiają się też więzi mieszkańców z pismem.

Funkcja edukacyjna

Z perspektywy rozwoju społeczności lokalnej ważna jest nie tylko bieżąca informacja o tym, co się dzieje, ale również przekazywanie szerszej wiedzy, dotyczącej zarówno kwestii kulturowych i historycznych danego terenu, jak i norm i wartości w niej przestrzeganych. Istotne również jest przekazywanie wiedzy praktycznej, mającej mieszkańcom pomagać w życiu codziennym. Możemy więc mówić o edukacji na wymiarach:

- Obywatelskim – prasa informuje o prawach i obowiązkach obywatelskich, o zasadach funkcjonowania państwa, gminy, ale i Unii Europejskiej, przyczyniając się do wzrostu świadomości obywatelskiej i politycznej mieszkańców;
- Historycznym – wiele osób zamieszkałych w określonych miejscowościach nie ma świadomości ich tradycji historycznej. Dzięki prasie lokalnej mieszkańcy nie tylko poznają fakty historyczne, ale również zaczynają się bardziej identyfikować ze swoim miastem czy gminą, co sprzyja rozwojowi lokalnego patriotyzmu;
- Kulturowym – dzięki przekazywaniu relacji o tradycjach i obyczajach, jakie były (lub są nadal) popularne na danym terenie, pielęgnuje się lokalny folklor, zachęca się ludzi do kontynuowania tradycji, co sprzyja poczuciu odrębności od innych terenów i integracji społeczności lokalnej;
- Moralnym – prasa, prezentując na swych łamach sylwetki osób, godnych naśladowania, przybliża mieszkańcom wartości, jakie są szanowane i pożądane. Przekazuje również informacje o tym, jakie zachowania są uważane za naganne;

¹¹³ K. Szarowski: *Geneza, rozwój i niektóre funkcje współczesnych tygodników lokalnych województwa katowickiego*, [w:] *Społeczne funkcje tygodników lokalnych Śląskiego Wydawnictwa Prasowego*, J. Mądry (red.), Katowice 1985, s. 60.

- Praktycznym – w prasie lokalnej można również znaleźć wiele informacji, porad praktycznych. Dotyczą one różnych dziedzin życia – dbania o zdrowie, prowadzenia domu czy wychowywania dzieci, ale spotykamy również porady bardziej „poważne” jak konkretne porady prawne, dotyczące zakładania działalności gospodarczej czy zasad przydzielania pomocy z Opieki Społecznej.

Wspieranie kultury lokalnej

Prasa lokalna wspiera kulturę lokalną na wiele sposobów. Przede wszystkim, zapoznaje czytelników z osiągnięciami miejscowych twórców kultury, prezentując ich dorobek, sukcesy osiągane w różnego rodzaju konkursach na poziomie lokalnym i ponadlokalnym, często również z własnej inicjatywy przyznając im nagrody i wyróżnienia. Zaprezentowanie osiągnięć miejscowych artystów skłania niejednokrotnie kolejne osoby do podjęcia wysiłku twórczego bądź do otwarcia się i pochwalenia własnymi dziełami. To z kolei wpływa na ich promowanie, ponieważ zapoznanie z twórczością lokalnych muzyków czy np. literatów skłania miejscowych animatorów kultury do zapraszania ich na różnego rodzaju imprezy, gdzie mogą oni prezentować swoją twórczość. Niejednokrotnie staje się to pierwszym etapem do zaprezentowania się szerszej publiczności, nie tylko lokalnej, ale również regionalnej czy ogólnokrajowej.

Periodyki lokalne przypominają również o twórczości miejscowych artystów, którzy już odeszli, prezentując ich życiorysy oraz, często już zapomniane, dzieła. Nie bez znaczenia jest również wskazywanie na związek artystów uznanych na arenie krajowej lub nawet międzynarodowej z daną miejscowością, przeprowadzanie z nimi wywiadów, zapraszanie do współpracy¹¹⁴. Nie do przecenienia jest również organizowanie różnego rodzaju konkursów i przeglądów twórczości lokalnej przez prasę lokalną, które sprzyjają rozwojowi młodych talentów.

Pełnienie roli „trybuny społeczności lokalnej”

¹¹⁴ Przykładem takiej działalności może być zapraszanie Jacka Cygana do pełnienia roli jurora w przeglądach piosenki dziecięcej w Sosnowcu.

Media lokalne, a szczególnie sublokalne, funkcjonujące często na granicy kontaktów interpersonalnych, skłaniają obywateli do wypowiadania się na tematy poruszane na łamach tego rodzaju prasy. Dzięki nim tworzy się płaszczyzna publicznej debaty, w której partnerami w dyskusji z władzami są nie tylko media, ale również obywatele¹¹⁵. Specyfika mediów lokalnych sprzyja aktywizowaniu społeczności lokalnej do wyrażania własnej opinii na dowolny temat, ponieważ nie są one postrzegane jako media odległe, nie przytłaczają, nie onieśmiałają obywateli, a wręcz przeciwnie – mobilizują do wypowiadania się na różne tematy. Jak twierdzi E. Kornilow: *Ten rodzaj komunikowania masowego jest najważniejszy w realizowaniu zasady masowości dziennikarstwa, ponieważ w prasie lokalnej tradycyjny obiekt procesu informacyjnego – przez listy, korespondencje, udział w konferencjach redakcyjnych i sondażach w największym stopniu przejawia się jako podmiot, komunikator, realizuje aktywność społeczną*¹¹⁶.

Nie zawsze jednak pełnienie roli „trybuny” dla społeczności lokalnej jest możliwe w tego typu prasie, ponieważ częste są praktyki cenzurowania listów do redakcji, publikowania tylko przychylnych opinii i tłumienia wszelkiej krytyki. Aby więc funkcja ta mogła być realizowana, koniecznym wydaje się funkcjonowanie na poziomie lokalnym przynajmniej dwóch alternatywnych mediów lub duża świadomość konieczności dopuszczania do głosu przedstawicieli różnych opcji jako wyrazu demokracji w redakcji.

Kształtowanie opinii społecznej

Funkcję aktywnego modyfikowania opinii, postaw i zachowań odbiorców prasa realizuje przez stosowanie perswazji, która - głównie drogą emocjonalną - zmienia poglądy czytelników, wyrabia w nich pewne sądy dotyczące określonych zjawisk i nakłania ich do działania, które przejawia się bądź w aktywnym uczestnictwie w życiu społeczności, bądź w wyrażeniu swojej opinii na dany temat, podjęciu dyskusji z innymi członkami społeczności itd. Prasa lokalna podaje informacje nie tylko o bieżących wydarzeniach, ale również o wartościach i zasadach współżycia obowiązujących w danej społeczności. Przedstawia

¹¹⁵ A. Jaskiernia: *Media masowe w demokratycznych...*, s. 55.

¹¹⁶ E. Kornilow: *Sowietskaja miestnaja priessa...*, s. 5. (tłum. P. Sz.)

również sylwetki osób godnych naśladowania, prezentuje dorobek lokalnej kultury itd. Czytelnik, zapoznając się z tymi wartościami, może się z nimi zidentyfikować i uznać je za własne. Dzięki lekturze prasy zapoznaje się również ze swoimi prawami i obowiązkami, jakie wynikają z przynależności do wspólnoty, dzięki czemu może w tej wspólnocie uczestniczyć bardziej świadomie. Oprócz tego, obserwując przykłady pewnych zachowań, może w sobie wyrobić postawę aktywnego uczestniczenia w życiu lokalnej społeczności, co później przejawia się w jego osobistej działalności. Zazwyczaj jest to pielęgnowanie dość konserwatywnych wzorców etycznych, co jest wyrazem troski o zachowanie tradycyjnego kształtu społeczności lokalnej, powoduje jednak, że odbiorcami tej prasy są raczej przedstawiciele średniego i starszego pokolenia czytelników¹¹⁷.

Oczywiście, znowu założona, deklaratywna funkcja mobilizująca często rozmija się z rzeczywistym oddziaływaniem prasy na tym polu, co jest uwarunkowane wieloma czynnikami, z których większość leży po stronie odbiorcy, a konkretnie zależy od tego, jak postrzega on nadawcę komunikatu. Mając więc świadomość trudności wpływania na opinie i zachowania ludzi, prasa często czyni to w sposób zawołany, nie podając wprost wartości, jakie uważa za pożądane, a prezentując sylwetki osób, których postawy są godne naśladowania¹¹⁸.

Funkcja kształtowania opinii publicznej może, niestety, przynieść efekt odwrotny do zamierzonego, jeżeli zbyt nachalnie próbuje nakłonić społeczność lokalną do popierania pewnych osób czy inicjatyw, stosując jednostronną argumentację i propagandę (efekt bumerangowy).

¹¹⁷ J. Sobczak: *Wolność prasy w myśl...*, s. 63.

¹¹⁸ K. Szarowski: *Geneza, rozwój...*, s. 60.

Dostarczanie rozrywki

Funkcja ta często bywa lekceważona przez twórców prasy lokalnej i jej teoretyków, jako coś, co powoduje obniżenie poziomu tytułów, ich pauperyzację itd. Dla społeczności lokalnej jednak funkcja ta ma bardzo duże znaczenie. Możliwość wzięcia udziału w konkursie, rozwiązania krzyżówki i wygrania symbolicznej nagrody czy też przeczytania dobrego dowcipu (ewentualnie obejrzenia go w formie rysunkowej) zwiększa atrakcyjność lokalnego periodyku. Rozrywka nie musi wcale oznaczać niskiego poziomu gazety. Zamieszczenie lokalnego działu literackiego, bądź jego fragmentu, nie tylko sprzyja jego promowaniu, ale dostarcza również czytelnikom rozrywki. W szerokim rozumieniu, rozrywkowy charakter ma samo istnienie pisma, które pozwala na odpoczynek przy jego czytaniu, oderwanie się od rzeczywistości, zapomnienie o codziennych problemach. Wydaje się jednak, że konieczne dla spełniania tej funkcji jest nie tylko zamieszczanie większej ilości krzyżówek czy humoru w pismach lokalnych, ale również zwiększenie częstotliwości występowania publicystycznych gatunków dziennikarskich, zatrudnienie dziennikarzy o dobrym warsztacie, co przyczynia się do podniesienia jakości tekstów, których lektura staje się rozrywką a nie męką.

Strona | 70

Funkcja reklamowo - ogłoszeniowa

Funkcja reklamowo ogłoszeniowa tylko z pozoru służy jedynie reklamodawcom, którzy na łamach prasy lokalnej zamieszczają swoje materiały promocyjne głównie ze względu na fakt jej docierania do najbliższej danym producentom/handlowcom grupy konsumentów. Zamieszczając reklamy i ogłoszenia, prasa służy poniekąd również swoim odbiorcom, dając im orientację w aktualnym rynku towarów i usług ich najbliższego otoczenia. Działalność ogłoszeniowa, szczególnie jeśli przejawia się ona w formie zamieszczania ogłoszeń bezpłatnych, jest swego rodzaju transakcją wzajemną między wydawcą a odbiorcą prasy lokalnej. Kupując numer pisma, czytelnik otrzymuje zamieszczony w nim formularz ogłoszeń bezpłatnych – korzyści są tu więc dwustronne: wydawca otrzymuje konkretne zyski ze sprzedaży konkretnej ilości egzemplarzy pisma, natomiast odbiorca, niejako w nagrodę za dokonanie zakupu,

może w piśmie zamieścić bezpłatne ogłoszenie. Trzeba tutaj dodać, że również zamieszczanie reklam jest korzystne nie tylko dla reklamodawców i czytelników, ale również (a może przede wszystkim) dla wydawcy, dla którego tego typu działalność stanowi główne źródło dochodu i niejednokrotnie decyduje o możliwości utrzymania się tytułu na rynku¹¹⁹.

Zaprezentowane funkcje nie są, zapewne, wyczerpujące względem ról, jakie prasa lokalna może odgrywać w życiu swoich czytelników. Nie są one również rozłączne – wiele z nich jest wzajemnie powiązanych a ich rozdzielenie służy jedynie bardziej przejrzystemu ich przedstawieniu. Należy również zauważyć, że wszystkie funkcje są poniekąd nadbudowane na funkcji informacyjnej, która pozostaje nadrzędną w stosunku do pozostałych.

Warunki realizacji funkcji prasy lokalnej

Przedstawione powyżej funkcje prasy lokalnej są jedynie funkcjami możliwymi do realizowania na łamach omawianego rodzaju periodyków. Z praktyki wydawniczej oraz z badań prowadzonych wśród odbiorców prasy lokalnej wynika bowiem, że nie wszystkie są spełniane w równym stopniu. Zależy to od wielu czynników – niekoniecznie tkwiących w samych redakcjach czy też wynikających z treści publikacji, ponieważ spełnienie funkcji przez prasę w znacznej mierze zależy od stosunku odbiorców do proponowanych materiałów, zaufania do dziennikarzy, identyfikacji z pismem itd. Można jednak wskazać kilka postulatów, które mogłyby ułatwić spełnianie niektórych funkcji przez prasę lokalną.

M. Jachimowski twierdzi, że prasa lokalna lepiej spełniałaby swoje funkcje, gdyby:

¹¹⁹ por. R. Kowalczyk: *Prasa lokalna ...*, s. 520 – 534 oraz M. Gierula: *Typologiczny rozwój...*, s. 14 – 15.

- lepiej wnikała w problematykę lokalną i równomiernie zajmowała się różnymi sprawami i częściej sięgała po tematy do różnych części i miejscowości regionu;
- z taką samą ostrością piętnowała wszelkie przejawy zła, niezależnie od tego, kto jest ich źródłem;
- nie była jednostronna, nie reprezentowała interesów jednej grupy;
- bardziej interesowała się problemami wsi i rolnictwa;
- częściej zamieszczała materiały poradnicze¹²⁰.

¹²⁰ M. Jachimowski: *Motywy czytelnictwa prasy lokalnej*, [w:] *Tygodniki lokalne. I ogólnopolskie konfrontacje dziennikarzy pism regionalnych Wigry 1983*, E. Kurzawa (red.), Kraków – Katowice 1984, s. 139 – 140.

OGRANICZENIA PRASOWEGO KOMUNIKOWANIA LOKALNEGO

Współczesna prasa lokalna, mimo wielu czynników sprzyjających jej rozwojowi, wciąż boryka się z licznymi problemami, sprawiającymi, że jej funkcjonowanie na rynku jest mocno utrudnione a wiele tytułów z tego rynku znika, nie radząc sobie z jego wymaganiami. Przyczyn efemeryczności tytułów lokalnych jest wiele, a związane są zarówno z sytuacją ekonomiczną tych pism, jak również ze społecznym odbiorem i zaufaniem czytelników, czy raczej jego brakiem.

Problemów jest wiele, dla każdego tytułu są one inne. Jak twierdzi Dominik Księski, prezes Stowarzyszenia Gazet Lokalnych: *Najważniejszy problem dla każdego jest inny. Dla jednego - profesjonalizm gazety, naczelnego czy samego wydawcy. Dla drugiego - konkurencja ze strony dziennika regionalnego czy też pogrożki zniszczenia przewagą kapitałową i niepewnością jutra (bardzo rzadkie przypadki). Dla trzeciego - braki kadrowe - wykształconych dziennikarzy lub akwizytorów reklam. Dla czwartego - szczupłość rynku reklamowego. Dla piątego - brak kapitału. Jest to rynek bardzo różnorodny i nie ma czegoś takiego jak „kondycja polskiej niezależnej prasy lokalnej”¹²¹.*

Można powiedzieć, że większość powodów, dla których czytelnicy odwracają się od gazet lokalnych, leży poza systemem prasy. Ludzie nie czytają prasy lokalnej, ponieważ nie mają pieniędzy na kupowanie wielu tytułów, a wobec ograniczonych środków finansowych wolą zapłacić za gazetę ogólnoinformacyjną. Dostępność innych środków masowego komunikowania (radio, telewizja, Internet), które są tańsze i łatwiejsze w odbiorze, również nie sprzyja czytelnictwu prasy lokalnej, która dodatkowo przez wielu jest postrzegana jako mało atrakcyjna, nieciekawa lub nierzetelna. Wiele osób utrzymuje również, że po prostu nie ma czasu na czytanie gazet. Należy dodać, że szczególnie w młodszym pokoleniu nie ma po prostu nawyku czytania prasy, nie tylko lokalnej¹²².

¹²¹K. Bielenin: *(Nie)polska i (nie)zależna...*

¹²² Por. M. Gierula *Analiza rynku prasy...*

W tej części pracy zostaną przedstawione niektóre czynniki utrudniające pomyślne funkcjonowanie prasy lokalnej na rynku.

Koncentracja na rynku prasy lokalnej

Strona | 74

Wiele problemów prasy lokalnej nie wynika z braku zainteresowania społeczności lokalnej najbliższą informacją, ale, paradoksalnie, z dużej atrakcyjności tej informacji, jaką dostrzegły wydania regionalne i ogólnokrajowe. Zainteresowanie informacją lokalną skłoniło tego typu tytuły do wejścia na miejscowe rynki z własną propozycją wydawniczą z dwóch powodów: pierwszą przyczyną była chęć dodarcia do miejscowej społeczności i zapobieżenia utraty tej części audytorium, które (przynajmniej potencjalnie) mogło stracić zainteresowanie informacją ogólną; drugi powód to walka o lokalnych przedsiębiorców, którzy z racji profilu swojej działalności nie byli zainteresowani reklamą w pismach regionalnych i ogólnokrajowych.

Pisma (szczególnie regionalne) zagospodarowały rynek lokalny w różny sposób. Dostępne i stosowane możliwości to:

- wydawanie mutacji mikroregionalnych, powiatowych lub miejskich dla poszczególnych obszarów. Najczęściej stosowany wariant po reformie administracyjnej, szczególnie w przypadku wydań powiatowych.
- mutowanie części stron w wydaniach podstawowych.
- w przypadku, gdy lokalne tytuły miały ugruntowaną pozycję czytelniczą, duże wydawnictwa dążą często do wykupienia ich i wydawania jako samodzielnych w ramach jednego wydawnictwa.
- przejmowanie w sensie wydawniczym lokalnych pism samorządowych i dołączanie ich do wydania podstawowego jako bezpłatnego dodatku¹²³.

Tego typu działania mają dla prasowego komunikowania na poziomie lokalnym zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje. Niewątpliwym pozytywem jest fakt, że wiele społeczności lokalnych uzyskało dostęp do stałego źródła informacji o swoim najbliższym otoczeniu w sposób ciągły i

¹²³ A. Gruchot: *Sytuacja ekonomiczna...*, s. 149-152. Por. M. Gierula *Analiza rynku prasy...*; M. Gierula: *Perspektywy rozwoju prasy lokalnej w Polsce w kontekście funkcjonowania dzienników regionalnych*, [w:] *Polskie media u progu XXI wieku*, J. Adamowski, M. Jabłonowski (red.), Warszawa 2001, s. 111.

systematyczny. Duże znaczenie ma tu zwiększenie częstotliwości przekazywanych informacji, bowiem pisma lokalne, ze względu na swoją małą periodyczność nie były w stanie informować ich w sposób bieżący, co z powodzeniem czynią lokalne odpowiedniki gazet regionalnych. Ważne jest również to, że lokalne mutacje, w przeciwieństwie do gazet stricte lokalnych, są przygotowywane przez profesjonalnych dziennikarzy, choć lokalne wydania i tak odbiegają poziomem od podstawowych. Przejmowane pisma niejednokrotnie zyskują bardziej atrakcyjną szatę graficzną, poprawia się też wyposażenie techniczne redakcji oraz jej struktura.

Przejęcie lokalnych tytułów lub wprowadzenie mutacji na rynek lokalny sprawia jednak, że komunikowanie na tym poziomie zostaje zaburzone. Nowe pisma, silnie ekonomicznie wykluczają lub utrudniają możliwość zaistnienia konkurencyjnych pism, co jest zjawiskiem negatywnym i ogranicza pluralizm komunikacji. Tego typu pisma są częstokroć oderwane od lokalnej rzeczywistości. Profesjonalni dziennikarze bowiem, o ile znają się na rzemiośle dziennikarskim, o tyle nie są wystarczająco dobrze „zanurzeni” w lokalnej społeczności, by móc ją adekwatnie informować. Zagraniczni właściciele ze swojej strony nie są zainteresowani wnikaniem w lokalne konflikty, szczególnie te związane z władzami, w związku z czym tematyka publikacji lokalnych staje się jałowa, nie odpowiadająca zapotrzebowaniom czytelników¹²⁴.

Tytuły przejęte przez duże koncerny tylko z pozoru są więc lokalne (regionalne). Tworzy się je według jednego schematu, oferując czytelnikom produkt uniwersalny, który nie jest w stanie zaspokoić ich zainteresowań czytelniczych. Takie pisma stają się coraz bardziej podobne do siebie, oparte na bazie jedynie słusznej „makiety”. Twórcy tej prasy, choć sprawni warsztatowo, nie są zaangażowani w życie lokalnej społeczności. Pismo tworzy się już nie z „potrzeby serca”, ale dla zagospodarowania kolejnej niszy rynkowej, czyli z pobudek czysto ekonomicznych¹²⁵.

Wiele osób zwraca uwagę na zagrożenie, jakie płynie z koncentracji mediów na poziomie lokalnym dla wolności słowa i pluralizmu informacji. Nie ulega wątpliwości, że tego typu działania wpływają znacząco na systemy lokalnej

¹²⁴ M. Gierula *Analiza rynku prasy ...*; M. Gierula: *Perspektywy rozwoju...*, s. 111.

¹²⁵ K. Bielenin: *Nie)polska i (nie)zależna...*

komunikacji. Niektórzy teoretycy twierdzą jednak, że dużo większym zagrożeniem dla wolności słowa i istnienie konkurencji na tych rynkach ma działalność informacyjna samorządów – czy to w postaci wydawania własnych tytułów, czy też poprzez tłumienie krytyki, jakiego te władze się dopuszczają¹²⁶.

Strona | 76

Tak, czy inaczej, konkurencja ze strony gazet regionalnych może mieć znaczący wpływ na strukturę typologiczną prasy lokalnej, dotyczy ona bowiem tytułów, które działają według zasad rynkowych, mogą więc być na skutek tej konkurencji wyeliminowane. Na rynku pozostaną, prawdopodobnie, te tytuły lokalne, które prawom rynku nie podlegają, a więc periodyki samorządowe, parafialne, organizacji pozarządowych i partii politycznych. Taka sytuacja doprowadziłaby do powstania niekorzystnego układu dwubiegunowego, pozbawionego zjawiska konkurencji, a więc niezdołnego de facto do pełnego spełniania funkcji, jakie przypisuje się prasowemu komunikowaniu lokalnemu¹²⁷.

Uzależnienie prasy lokalnej

Prasa lokalna, ze względu na usytuowanie wewnątrz społeczności lokalnej, jest od niej uzależniona w różnorodny sposób. Trzeba powiedzieć, że niezależność prasy lokalnej bywa rozumiana bardzo różne. A. Hejman z Fundacji na Rzecz Demokracji w Europie Wschodniej (IDEE) jest skłonna za niezależne uznawać *takie pisma lokalne, które nie otrzymują dotacji od władz lokalnych, stanowią własność prywatną i są finansowane ze sprzedaży nakładu oraz reklam i ogłoszeń. Praktyka wykazuje, że tylko takie gazety potrafią być niezależne od władzy i od lokalnych układów politycznych, dzięki czemu są wiarygodne dla odbiorcy*¹²⁸. Niezależność od lokalnej władzy nie wydaje się jednak wystarczająca dla samodzielności gazety czy czasopisma. Dlatego warto w tym miejscu przytoczyć słowa M. Walczak i D. Ksińskiego, którzy uważają, że: *Niezależność od władzy to nie wszystko. Dobra gazeta powinna umieć być niezależną od siebie (tzn. od poglądów osób redagujących ją) oraz od poglądów swych czytelników (nie schlebiać gustom i umieć publikować rzeczy*

¹²⁶ J. Braun: *Media lokalne i regionalne...*, s. 18.

¹²⁷ M. Gierula: *Prasa lokalna...*, s. 146.

¹²⁸ K. Bielenin: *(Nie)polska i (nie)zależna...*

niepopularne)¹²⁹. Tak rozumiana niezależność wydaje się trudna do osiągnięcia, szczególnie w prasie lokalnej.

Osobiste zależności dziennikarzy

Najważniejszym, moim zdaniem, ograniczeniem są tu wzajemnie relacje dziennikarzy i redaktorów z poszczególnymi osobami w mieście, gminie, czy powiecie. Nawet jeżeli moglibyśmy zaryzykować stwierdzenie, że nie hołdują oni żadnym osobistym sympatiom czy sentymentom, to na ich obiektywizm zawsze będą wpływać zależności służbowe, obyczajowe, towarzyskie.

Dziennikarstwo lokalne jest specyficzne, ze względu na swoje „zanurzenie” w lokalnej społeczności. Ma ono wiele plusów, jak choćby fakt dobrego rozeznania nie tylko w wydarzeniach lokalnych, ale też specyfice różnorodnych więzi i zależności panujących w jego najbliższym otoczeniu. Z perspektywy zaufania społecznego, znajduje się on poniekąd na uprzywilejowanej pozycji – pisze dla ludzi i o ludziach, których zna. Jego publikacje mają więc większą szansę dotrzeć do publiczności. Jednak dziennikarz, żyjąc w lokalnym środowisku, jest przez nie cały czas obserwowany. Krytykując kogokolwiek naraża się nie tylko na antypatię miejscowej ludności, ale również na konkretne konsekwencje w postaci np. szykanowania dziecka w szkole, zwolnienia z pracy (siebie lub współmałżonka), nieudzielenia ślubu przez miejscowego proboszcza... dziennikarz jest tutaj w samym centrum wydarzeń, musi się więc liczyć z faktem, że każda jego publikacja może mieć natychmiastowe konsekwencje dla niego i jego bliskich¹³⁰. Trzeba mieć sporą dozę odwagi, żeby zdecydować się na publikowanie niewygodnych dla kogokolwiek materiałów, mając na uwadze nie tylko możliwe sankcje społeczne, ale również działalność lokalnych środowisk kryminogennych¹³¹.

Zależności polityczne

¹²⁹ Ibidem.

¹³⁰ Por. M. Graszewicz: *Media Lokalne w systemie komunikowania politycznego*, [w:] *Regionalne i lokalne środki przekazu. Kontekst międzynarodowy i krajowy*, J. Adamowski, K. Wolny – Zmorzyński (red.), Warszawa 2007, s. 123 – 124; R. Kowalczyk: *Prasa lokalna w perspektywie...*, s. 125-126.

¹³¹ W. Chorązki, S. Dzik: *Prasa lokalna i regionalna...*, s. 132.

Często zdarza się, że mamy do czynienia na poziomie lokalnym z daleko posuniętą integracją lokalnych elit politycznych i personelu mediów, co jest związane z wysokim zaangażowaniem obu tych grup w życie społeczne, a często nawet pochodzenie z tych samych środowisk. W związku z tym, ze względu na sympatie osobiste, media często nie są zainteresowane w krytykowaniu lokalnych władz, a wręcz przeciwnie – charakteryzuje je coraz większy stopień upolitycznienia. Często wynika to z braku świadomości roli i obowiązków mediów, będących spuścizną po poprzednim systemie¹³². Zresztą, nie tylko lokalni politycy starają się wykorzystywać prasę do realizacji swoich partykularnych interesów, również inne lokalne grupy często starają się zaangażować miejscowych dziennikarzy w spory, w jakich biorą udział, szukając poparcia i poklasku, co negatywnie wpływa na rzetelność proponowanych przez media tego typu materiałów¹³³.

Uzależnienie instytucjonalne od władz lokalnych przejawia się w wielu formach. Przede wszystkim dotyczy, oczywiście, pism samorządowych, ale nie tylko. Władze lokalne często dążą do tego, żeby mieć wpływ na linię programową redakcji, na obsadę etatów, na treść publikacji. Konsekwencje niedostosowania się do takich żądań bywają różne, jednak nie ma możliwości całkowitej niezależności od władz, która dysponuje środkami nacisku nie tylko na formalnie podległe sobie tytuły, ale również na tytuły „niezależne”.

Najczęściej stosowaną formą nacisku są różnego rodzaju ograniczenia finansowe dla nieposłusznych tytułów. Oprócz lokali i sprzętu, z których mogą korzystać redakcje, władze dysponują przecież dużymi środkami finansowymi, które przeznaczają na publikowanie komunikatów urzędowych, ogłoszeń, rozporządzeń. Jest to bardzo istotny element rynku reklamowego na poziomie lokalnym i często stanowi o możliwości utrzymania się tytułu na rynku¹³⁴. Niepokorny tytuł może stracić takie źródło finansowania, więc lepiej nie

¹³² B. Dobek Ostrowska *Lokalne media masowe...*, s. 185.

¹³³ B. Gołębiowski: *Prasa lokalna w procesach transformacji...*

¹³⁴ Por. J. Piłtara: *Samorząd – media: wzajemne relacje i ich granice*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją – Public Relations – promocja jednostek samorządu terytorialnego*, S. Michałowski, W. Mich (red.), Lublin 2006, s. 158; A. Barć – Kurpińska: *Wolność wypowiedzi prasy lokalnej a samorząd terytorialny*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją – Public Relations – promocja jednostek samorządu terytorialnego*, S. Michałowski, W. Mich (red.), Lublin 2006, s. 181.

ryzykować zatargów z władzą¹³⁵. W obecnej sytuacji rynkowej tylko niewiele tytułów lokalnych może sobie pozwolić na utratę tak cennego źródła finansowania, jakim są pieniądze od lokalnej władzy. Szacuje się, że obecnie nie więcej jak 150 tytułów prasy lokalnej ma ugruntowaną i niezależną pozycję na rynku¹³⁶. Nawet w sytuacji, teoretycznie pozytywnej, kiedy na rynku funkcjonują dwa albo więcej niezależnych mediów lokalnych, muszą się one liczyć z lokalnymi władzami, ponieważ to od tych ostatnich zależy, w którym piśmie zamieszczą swoje ogłoszenia, a które zostanie takich źródeł finansowania pozbawione¹³⁷.

Zależności ekonomiczne

Lokalne rynki reklamowe nie są duże. Dlatego nie należy wchodzić w konflikty z żadnym lokalnym przedsiębiorcą. Skoro nie pisze się źle o swoich reklamodawcach (obecnych ani potencjalnych), a tych na rynku lokalnym nie jest wielu, nie należy krytykować żadnych przedsiębiorców. Mając na uwadze ograniczone możliwości finansowe społeczności lokalnej z jednej strony i wymagania wysokiego poziomu i atrakcyjnej formy graficznej z drugiej, pismo, aby się utrzymać na rynku, jest uzależnione od lokalnych reklamodawców, bez których przychylności jest skazane na porażkę¹³⁸. Wielu badaczy i praktyków twierdzi, że biznes ma większy wpływ na prasę lokalną, niż politycy. A trzeba zauważyć, że lokalni przedsiębiorcy, mając świadomość swojej silnej pozycji na rynku i zależności od nich gazet lokalnych, bywają dość zdecydowani w wywieraniu nacisków na miejscowe periodyki. Można tu przytoczyć słowa A. Goszczyńskiego: *Przedsiębiorcy płacą za dokopywanie konkurencji albo za zaniechanie niekorzystnego dla nich tematu. Niektóre firmy próbują wpływać na gazety, zamawiając na przykład serie reklam. Wtedy redakcja poważnie się zastanowi, zanim napisze, że reklamodawca np. zatruwa środowisko*¹³⁹.

¹³⁵ M. Graszewicz: *Media lokalne w systemie...*, s. 124.

¹³⁶ A. Jaskiernia: *Media masowe w demokratycznych...*, s. 56.

¹³⁷ A. Barć – Kurpińska: *Wolność wypowiedzi prasy lokalnej...*, s. 181.

¹³⁸ J. Sobczak: *Wolność prasy w myśl...*, s. 64.

¹³⁹ B. Dwornik: *Media lokalne – wolność słowa*, [w:] http://www.reporterzy.info/article.php?go=warsztat,47,media_lokalne_wolnosc_slowa;

W związku z trudnościami ekonomicznymi, wielu wydawców ma tendencję do obniżania kosztów wydawania prasy lokalnej. Z perspektywy ekonomicznej jest to w pełni uzasadnione, teoretycznie prowadzi bowiem do zwiększenia rentowności tytułu. W praktyce odbywa się jednak kosztem jakości pisma – jego formy graficznej i zawartości merytorycznej. Pogarsza się więc jakość papieru, zmniejsza się ilość zdjęć. Ogranicza się składy liczbowe redakcji, zatrudniając nie tylko coraz mniejszą ilość, ale i coraz gorszych dziennikarzy, często nieprzygotowanych do zawodu. Często wymaga się od nich wykonywania bardzo różnorodnych zadań – nie tylko zbierania i opracowywania materiałów dziennikarskich, ale również wykonywania i obróbki zdjęć itd. Wpływa to na pogorszenie jakości gazety, co widzą jej czytelnicy i – dość często – rezygnują z czytania pisma, które przestało być dla nich wystarczająco atrakcyjne¹⁴⁰.

Uzależnienie od mechanizmów rynkowych prowadzi też w niektórych gazetach do zbyt częstego poruszania chwytliwej, sensacyjnej tematyki. Ma to miejsce szczególnie tam, gdzie na jednym rynku konkurują o odbiorcę dwa lub więcej tytułów lokalnych. Dochodzi więc do wielu polemik między tytułami, prześcigania się w wykrywaniu afer itd. Nie jest to zjawisko korzystne, ponieważ te dyskusje nie stoją na najwyższym poziomie nie tylko merytorycznym, ale również kulturalnym¹⁴¹.

Alternatywne media

Dla funkcjonowania prasy i komunikowania lokalnego w ogóle zagrożeniem są nie tylko duże regionalne i ogólnokrajowe gazety, konkurujące o miejscowego odbiorcę, ale również media elektroniczne, które wpływają na spadek czytelnictwa w ogóle. Według badań, przeprowadzonych przez Uniwersytet Harvarda, Internet jest poważnym zagrożeniem dla prasy lokalnej (i nie tylko). Duże serwisy internetowe takie jak Google czy Yahoo skutecznie odciągają odbiorców nie tylko od prasy drukowanej, ale i od internetowych wydań gazet lokalnych¹⁴². Trudno wnioskować, czy podobny problem dotyka

¹⁴⁰ M. Gierula: *Prasa lokalna...*, s. 146 – 147.

¹⁴¹ B. Gołębiowski: *Prasa lokalna w procesach transformacji ...*

¹⁴² Internet wyeliminuje prasę lokalną, [w:] <http://wyborcza.pl/1,76842,4397660.html>.

gazet lokalnych w Polsce, która, bądź co bądź, jest mniej zglobalizowana od USA i silniejsze są tu więzi lokalne i zainteresowanie sprawami najbliższego otoczenia.

W naszym kraju prawdziwym problemem wydaje się być nie istnienie dużej ilości mediów na poziomie lokalnym i ich rywalizowanie o odbiorcę, a wręcz odwrotnie – brak konkurencji na rynkach lokalnych i alternatywności mediów. Konkurencja, o ile w ogóle ma miejsce, występuje bowiem na poziomie makroregionalnym, natomiast na rynkach sublokalnych jest marginalna¹⁴³. W krajach Europy Zachodniej sytuacja wygląda zgoła odmiennie, gdzie władze starają się spowolnić zjawiska rynkowe, utrudniające dostęp do pluralistycznej informacji, także na poziomie lokalnym (np. w Austrii i Norwegii). W Polsce ani władze, ani przedsiębiorcy nie są zainteresowani budowaniem pluralistycznego rynku komunikowania lokalnego. Dlatego prasa lokalna rozwija się bardzo nierównomiernie a jej niskie znaczenie społeczne (wyrażające się choćby w stosunku nakładów do ilości tytułów) sprawia, że nie jest ona prawdziwym czynnikiem budowania społeczeństwa informacyjnego, ponieważ lokalna społeczność ma najczęściej dostęp do tylko jednego tytułu prasowego, zazwyczaj jest to pismo samorządowe¹⁴⁴. Niezwykle rzadkim zjawiskiem jest również konkurowanie dwóch lub kilku niezależnych mediów elektronicznych na lokalnych rynkach. Lokalna telewizja jest zjawiskiem nieczęstym, natomiast radio lokalne zazwyczaj jest zmuszone do konkurowania o odbiorcę jedynie ze stacjami regionalnymi, ponieważ prawie nie występują sytuacje, aby na jednym rynku lokalnym istniały dwie stacje, skierowane do tej samej społeczności. Dlatego stacje lokalne proponują bardzo podobny format swoim odbiorcom, co nie zwiększa ich atrakcyjności¹⁴⁵.

ROZDZIAŁ III

¹⁴³ M. Gierula: *Prasa lokalna...*, s. 140 – 141.

¹⁴⁴ M. Gierula: *Analiza rynku prasy...*

¹⁴⁵ A. Jaskiernia: *Media masowe w demokratycznych...*, s. 57.

PRASA SAMORZĄDOWA

POJĘCIE PRASY SAMORZĄDOWEJ

Mówiąc o prasie samorządowej, mamy na myśli przede wszystkim sposób finansowania periodyków, które w takiej czy innej formie opierają swoje funkcjonowanie na środkach, pochodzących z budżetów samorządów lokalnych¹⁴⁶. Należy przez nią rozumieć pisma wydawane przez rady gmin, zarządy gmin, urzędy gmin, przez jednostki organizacyjne bezpośrednio podległe administracji samorządowej, przede wszystkim ośrodki kultury czy domy kultury, albo przez spółki prawa handlowego, w których gminy są reprezentowane lub którym gminy zlecają wydawanie gazet, będących ich własnością¹⁴⁷.

Nie wszyscy zgadzają się z taką definicją prasy samorządowej, gdyż samorząd jako taki, w szerokim rozumieniu, nie oznacza jedynie władzy, a społeczność lokalną. Na przykład, A. Jaskiernia twierdzi, że *pisma samorządów terytorialnych niesłusznie bywają nazywane prasą samorządową. Ta ostatnia bowiem powinna być organizacyjnie niezależna, a zwłaszcza sama się finansować. Tymczasem pisma samorządów terytorialnych powstają z reguły nie samoistnie, aby na ich łamach móc odpierać zarzuty formułowane pod adresem władzy samorządowej w innych mediach lokalnych. Daje tu o sobie znać źle rozumiana polityka informacyjna gmin*¹⁴⁸. Z wątpliwości autorki wynika, że właściwie to, co nazywamy prasą samorządową, powinniśmy zwać raczej prasą władzy samorządowej. Można bowiem przyjąć, że w imieniu gminy (samorządu) czyli mieszkańców danego terenu, tworzących wspólnotę samorządową prasę wydają jej wybieralne organy, jednak rodzi to szereg konsekwencji dla tego rodzaju wydawnictw. Władze bezpośrednio administrują tytułami, podejmują decyzje, dotyczące składu redakcji, wielkości dotacji, siedziby redakcji, jak również nakładu, zasięgu przestrzennego, częstotliwości ukazywania się pisma itd.¹⁴⁹.

¹⁴⁶ S. Michalczyk: *Krajobraz prasy samorządowej na Śląsku*, [w:] *Regionalna prasa polska na Górnym Śląsku w latach 1845 – 1996. Materiały sesyjne*, J. Gołębiowska, M. Kaganiec (red.) Katowice 1999, s. 193.

¹⁴⁷ S. Michalczyk: *Prasa samorządowa...*, s. 25.

¹⁴⁸ A. Jaskiernia: *Media masowe w demokratycznych...*, s. 56.

¹⁴⁹ S. Michalczyk: *Krajobraz prasy samorządowej...*, s. 193 – 194.

Dla zachowania spójności terminologii pozostaniemy jednak przy określeniu prasa samorządowa, pamiętając, że mamy na myśli pisma oficjalnie utrzymywane lub dotowane przez władzę lokalną.

W praktyce polskiej wykształciło się kilka możliwych form administrowania tytułami samorządowymi: Strona | 84

- a) Pismo jako wydział Urzędu Miejskiego – w tym modelu mamy do czynienia z sytuacją, gdzie wszyscy pracownicy redakcji są zatrudnieni na etatach urzędowych. Oprócz obowiązku wydawania gazety, czasem zleca się im dodatkowe zadania, jak na przykład dbanie o promocję miasta, czy też kontakt z innymi mediami (funkcjonowanie szeroko rozumianych biur prasowych przy urzędach miejskich czy gminnych). Model ten ma niewątpliwe zalety w postaci zabezpieczenia zaplecza technicznego, etatów, kolportażu oraz stabilności zatrudnienia pracowników redakcji. Jego wadą jest jednak fakt, że redaktor naczelny, dziennikarze i pracownicy techniczni redakcji są bezpośrednio podlegli lokalnym władzom, co wpływa nie tylko na potencjalny brak obiektywizmu w gazecie, ale również na postrzeganie samej redakcji w społeczności lokalnej i możliwe ograniczenie do niej zaufania społecznego.
- b) Pismo jako zakład budżetowy – decyzją Rady Gminy (Miasta) następuje wydzielenie ze struktury Urzędu zakładu budżetowego, który ma za zadanie wydawanie prasy. Na jego działalność zabezpiecza się odpowiednie środki w budżecie. Plusem takiej formy organizacyjnej jest niezależność formalna od władz lokalnych, możliwość stworzenia redakcji z prawdziwego zdarzenia. Jednak okazuje się, że członkowie takich redakcji (szczególnie redaktor naczelny) zmuszeni są często do prowadzenia działań pozadziennikarskich, jak na przykład troszczenie się o sprawy organizacyjno – finansowe. Konieczność zarządzania pieniędzmi, przyznanymi na działalność gazety często doprowadza do tego, że trzeba zatrudnić w redakcji dodatkowe osoby, co, zamiast obniżyć, podwyższa koszty wydawania pisma.
- c) Pismo jako komórka organizacyjna miejskich (gminnych) ośrodków kultury – członkowie zespołów redakcyjnych w prasie tego rodzaju są pracownikami (nie zawsze pełnoetatowymi) ośrodków kultury różnego

typu (domy kultury, biblioteki, muzea miejskie). Zyskują pewną niezależność od władz lokalnych, jednak bywa ona często iluzoryczna, ponieważ ośrodki kultury podlegają władzom lokalnym. Pojawia się jeszcze jedna forma zależności i wpływu, a mianowicie podległość kierownictwu tychże ośrodków kultury. Zamiast większej niezależności okazuje się więc czasem, że członkowie zespołów redakcyjnych bywają zależni od większej ilości podmiotów, niż można by przypuszczać. Tak czy inaczej, pisma tego rodzaju bywają postrzegane jako bardziej niezależne, niż te wydawane bezpośrednio przy urzędach.

- d) Pismo wydawane przez niezależne instytucje wydawnicze – zdarzają się sytuacje, kiedy władze lokalne wydawanie swojej prasy zlecają na zewnątrz, powierzając ten obowiązek profesjonalnym firmom prywatnym. Dzięki temu oszczędzają na etatach a prasa wydaje się być niezależna. Firmy te jednak nie zawsze dysponują kadrą dziennikarską znającą realia obszaru ukazywania się pisma. Są nastawione na zysk, więc poruszają tematy chwytliwe, które przyczynią się do zwiększenia poczytności pisma, jednak niekoniecznie zgodne z funkcjami, jakie powinna spełniać prasa lokalna dla konkretnej lokalnej społeczności.
- e) Tworzenie spółek z ograniczoną odpowiedzialnością, w których gmina ma swoje udziały (często większościowe, a nawet całościowe), a których zadaniem jest wydawanie prasy. Spółki te często oprócz redagowania i wydawania tytułu samorządowego zajmują się dodatkową działalnością wydawniczą, która przyczynia się do osiągnięcia lepszych wyników finansowych i częściowe uniezależnienie od dotacji z budżetu¹⁵⁰.

Ze względu na zawartość i formułę relacji dziennikarskiej, prasę samorządów terytorialnych możemy podzielić na:

- Biuletyny informacyjne – zawierają one głównie informacje na temat działalności samorządu i mają za zadanie głównie kreowanie pozytywnego wizerunku władz w oczach odbiorców. Charakteryzują się one kancelaryjno – urzędowym stylem wypowiedzi;
- Gazety samorządowe – ich zawartość to w większości materiały nie związane z działalnością władz, stanowią źródło wszechstronnej

¹⁵⁰ S. Michalczyk: *Prasa samorządowa...*, s. 25 – 26.

informacji o życiu lokalnym. Zdarza się, że pisma takie, napotykając na lokalnym rynku prasowo wydawniczym, przekształcają się w biuletyny samorządowe, które są najczęściej kolportowane bezpłatnie¹⁵¹.

HISTORIA PRASY SAMORZĄDOWEJ

Przyjęło się uważać, że impulsem do powstania pierwszych pism samorządowych w Polsce była transformacja ustrojowa. Nie jest to prawdą. Pierwsze pisma tego typu były obecne w naszym kraju już w okresie II Rzeczypospolitej. W latach 30. XX wieku pisma samorządowe stanowiły ok. 30% ogółu wydawanej prasy¹⁵². Po drugiej wojnie światowej, faktycznie, sprzyjające warunki dla rozwoju tego typu periodyków przyniosły dopiero przemiany 1989 roku. Wśród warunków tych można wymienić:

- Zmianę istniejącego prawodawstwa, umożliwiającą samorządom (i nie tylko) wydawanie własnych, niezależnych od władzy centralnej, tytułów prasowych, a w szczególności:
 - Wprowadzenie ustawy o samorządzie terytorialnym z 8 marca 1990 roku – na jej podstawie gmina uzyskała osobowość prawną, dzięki czemu mogła wydawać pisma lokalne na podstawie budżetu;
 - Uchylenie ustawy o kontroli publikacji i widowisk, czyli praktyczne zniesienie urzędowej cenzury prewencyjnej i znowelizowanie prawa prasowego ustawą z dnia 11 kwietnia 1990 roku;
 - Zlikwidowanie Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa – Książka – Ruch”, która do tej pory kontrolowała większość działalności w naszym kraju¹⁵³.
- Czynniki o naturze psycho – społecznej:

¹⁵¹ R. Kowalczyk: *Podstawy przeobrażeń...*, s. 81-82.

¹⁵² A. Notkowski: *Polska prasa prowincjonalna Drugiej Rzeczypospolitej (1918 – 1939)*, Warszawa – Łódź 1982, s. 74 – 75.

¹⁵³ B. Konarska – Pabiniak: *Wokół współczesnej prasy...*, s. 85.

- istnienie na terenie kraju społeczności lokalnych o ugruntowanych tradycjach i poczuciu własnej tożsamości;
 - protest społeczeństwa przeciwko dotychczasowym metodom rządzenia, niechęć do odgórnego sterowania życiem społecznym;
 - powrót do lokalności – zjawisko odchodzenia od globalnego stosunku do świata i zjawisk nim rządzących, powtórne zanurzenie w najbliższym otoczeniu, odbudowywanie tradycyjnych więzi społecznych;
 - głęboko zakorzeniony nawyk czytania prasy lokalnej na niektórych terenach kraju (w tym szczególnie na Górnym Śląsku)¹⁵⁴.
- Postęp techniczny i technologiczny w latach 90. XX wieku, który umożliwił rozwój komunikowania lokalnego¹⁵⁵.

Prasa samorządowa początkowo rozwijała się jako kontynuacja przygotowanych na potrzeby wyborów samorządowych biuletynów lokalnych komitetów obywatelskich, jednak tytuły te często okazywały się efemerydami i znikwały z rynku niedługo po wyborach¹⁵⁶. Nowo wybrane władze również często zakładały własne tytuły, uzależnione od samorządu. Według S. Dzikiego, samorządy finansowały wtedy ok. 4,5% pism¹⁵⁷. W 1998 roku ukazywało 715 pism samorządowych, z czego 60% to były miesięczniki, 18% dwumiesięczniki lub kwartalniki, 10,5% dwutygodniki, 45,5% tygodniki i 7% wychodziło nieregularnie¹⁵⁸. Według danych z przełomu lat 2001/2002m w Polsce ukazywało się na poziomie lokalnym 218 tytułów prasy samorządowej (18,23%) a na poziomie sublokalnym 706 (53,69%). W sumie pisma samorządowe stanowiły 35,75% wszystkich zarejestrowanych w tym czasie periodyków lokalnych i sublokalnych. W województwie śląskim ukazywało się wtedy 141 pism lokalnych (w tym 19 samorządowych) i 137 sublokalnych (w tym 75 samorządowych)¹⁵⁹.

¹⁵⁴ S. Michalczyk: *Prasa samorządowa...*, s. 21 – 22.

¹⁵⁵ Ibidem, s. 22.

¹⁵⁶ B. Konarska – Pabiniak: *Wokół współczesnej prasy...*, s. 85.

¹⁵⁷ Ibidem, s. 86.

¹⁵⁸ Ibidem.

¹⁵⁹ W. Chorązki: *Aktualna sytuacja...*, s. 42-48.

Samorządy, mniej lub bardziej świadome znaczenia roli komunikowania społecznego, starały się stworzyć własne środki informowania o swej działalności, ale również o kwestiach z życia lokalnej społeczności.

Ilość tytułów prasy samorządowej stale rośnie, jednak postęp w tej grupie prasowej polega nie tylko na jej wzroście ilościowym. Możemy zauważyć tendencję do zwiększania się objętości i stałego poprawiania szaty graficznej (wprowadzenie coraz większej ilości kolorowych stron, drukowanie prasy na lepszym papierze, większa ilość zdjęć). Poprawia się również jakość prasy samorządowej – o ile początkowo świadomość standardów, obowiązujących w dziennikarstwie, nie była zbyt duża wśród wydawców prasy samorządowej, o tyle na przestrzeni lat zwiększyła się liczba profesjonalnych dziennikarzy, zatrudnianych w tego typu redakcjach. Wielu z nich ma już kilkuletni staż w tym zawodzie, co sprawia, że można już w pewnym sensie mówić o profesji dziennikarza samorządowego. Dalszy rozwój periodyków samorządowych powinien uwzględnić potrzebę zwiększenia częstotliwości ukazywania się tych tytułów¹⁶⁰.

Strona | 88

Z czasem pojawiło się również radio lokalne. Procesy koncesyjne zalegalizowały działalność nielegalnych do tej pory rozgłośni, powstawały też nowe stacje. Jednak o radiu samorządowym możemy mówić dopiero w drugiej połowie lat 90., kiedy to niektóre samorządy zdecydowały się skorzystać również z tego środka komunikowania. Radio jednak nigdy nie stało się podstawowym narzędziem komunikowania władz lokalnych z obywatelami, ponieważ ze względu na specyfikę i zasięg oddziaływania nie pozwala na tak ścisłe kierowanie się do społeczności lokalnej. Dlatego prasa wciąż pozostaje podstawowym medium, wykorzystywanym przez samorządy¹⁶¹.

¹⁶⁰ S. Michalczyk: *Krajobraz prasy samorządowej...*, s. 192.

¹⁶¹ S. Michalczyk: *Prasa samorządowa...*, s. 21.

FUNKCJE PRASY SAMORZĄDOWEJ

Istnienie sprawnego systemu komunikowania na poziomie lokalnym (w tym prasy samorządowej) jest niezwykle istotne z kilku powodów. S. Michalczyk wymienia w swoich pracach trzy główne grupy powodów, dla których taki system powinien istnieć i się rozwijać:

- 1) Przyczyny wynikające z procesów demokratyzacyjnych i pożądaných zmian w życiu politycznym. Nie jest możliwe sprawne funkcjonowanie demokracji na poziomie lokalnym bez jawności życia politycznego. Nie chodzi tu wszakże jedynie o jednostronne przekazywanie informacji na temat działalności lokalnych władz. Istotne jest również stworzenie możliwości wymiany poglądów, publicznej dyskusji na temat zjawisk politycznych i społecznych. Umożliwienie takiej komunikacji prowadzi do upodmiotowienia społeczności lokalnej, jej zaktywizowania i zachęcenia coraz szerszych grup społecznych do aktywnego uczestnictwa w życiu publicznym.
- 2) Aspekt ekonomiczny. Rozwój komunikowania na poziomie lokalnym sprzyja rozwojowi lokalnej przedsiębiorczości, handlu i usług poprzez stworzenie płaszczyzny dla reklamy, która nie tylko pozwala na zaprezentowanie się lokalnej społeczności, ale również pozwala na kształtowanie jej potrzeb, co może przyczynić się do wzrostu popytu, a więc również do rozwoju gospodarczego.
- 3) Przyczyny natury kulturowej. Media lokalne mają do odegrania zasadniczą rolę w przechodzeniu społeczeństwa od ery przemysłowej do ery informacyjnej. W obliczu współczesnych procesów społecznych zaniedbanie komunikacji na poziomie najbliższym obywatelom jest niedopuszczalne¹⁶².

Funkcje, jakie pełni prasa samorządowa w życiu lokalnej społeczności, przedstawiają się następująco:

¹⁶² Ibidem, s. 8.

- Funkcja informacyjna. Jest to funkcja najważniejsza dla lokalnej społeczności. Informacja może dotyczyć zarówno wydarzeń, które już miały miejsce, jak i spraw bieżących czy też dopiero mających nastąpić. Z perspektywy wykorzystania tychże informacji przez obywateli, mogą to być wiadomości, zaspokajające jedynie ciekawość, jak również te, które skłaniają do działania, do konkretnej aktywności. Są to informacje ważne dla czytelników tego rodzaju prasy, ponieważ dotyczą ich najbliższego otoczenia a często również ich samych. Mankamentem jest tutaj fakt, że prasa samorządowa, ze względu na małą częstotliwość ukazywania się, nie jest w stanie do końca pełnić funkcji informacyjnej, to znaczy nie dostarcza swoim czytelnikom wiadomości aktualnych, bieżących na tyle szybko, by być pierwszym źródłem informacji o wydarzeniach lokalnych. W większości przypadków mieszkańcy dowiadują się o wydarzeniach w pierwszej kolejności z rozmów z innymi ludźmi czy też alternatywnych mediów, mających większą częstotliwość ukazywania się. Dlatego redakcje często proponują czytelnikom informacje na temat stanów rzeczy, które się nie przedawniają, zamiast na temat wydarzeń. Pismo lokalne powinno być nie tylko instrumentem „pionowego” przekazywania informacji (czyli od władzy do obywateli i odwrotnie), powinno też ułatwiać komunikację „poziomą” (między obywatelami), co możliwe jest jedynie wtedy, gdy dostęp do tego rodzaju medium mają wszyscy mieszkańcy¹⁶³. Uzupełnieniem funkcji informacyjnej jest funkcja edukacji ekonomiczno - gospodarczej¹⁶⁴.
- Integracja środowiska lokalnego i promowanie lokalnych inicjatyw. Podobnie jak wszelkie inne rodzaje prasy lokalnej, prasa samorządowa, dzięki wskazywaniu na wspólne cele, interesy, wartości czy tradycje przyczynia się do integrowania lokalnej społeczności. Jednym ze skuteczniejszych sposobów takiego integrowania jest zachęcanie obywateli do podejmowania wspólnych działań. Służą temu akcje, promowane przez prasę, polegające na wspólnym organizowaniu imprez lokalnych czy

¹⁶³ S. Michalczyk: *Krajobraz prasy samorządowej...*, s. 197.

¹⁶⁴ M. Gierula: *Polska prasa lokalna...*, s. 113.

pomocy dla mieszkańców, jak również konkursów, związanych bezpośrednio z miejscem zamieszkania¹⁶⁵.

- Kształtowanie opinii. Jest to funkcja, której realizacja polega na wpływaniu na myśli, sądy mieszkańców na temat wszelkich przejawów życia publicznego czy politycznego. Aby to było możliwe, konieczne jest nie tylko przedstawianie opinii dziennikarzy czy władz na łamach prasy, ale również umożliwienie na jej łamach wymiany poglądów, polemiki, dyskusji. Pozostaje pod znakiem zapytania, na ile periodyk samorządowy jest w stanie takie poglądy kształtować, na ile spełnia rolę opiniotwórczą. Zapewne, zależy to między innymi od stopnia zaufania społecznego do danego tytułu (postrzegania w kategoriach „naszego” pisma, a nie „ich” pisma), jak również od otwartości czasopisma na poglądy z zewnątrz, polemikę, prezentowanie głosów społecznych¹⁶⁶.
- Funkcja rozrywkowa. Wbrew pozorom, nie polega ona jedynie na zamieszczaniu na łamach pisma krzyżówek, rebusów czy humoru (choć to jest równie ważne). Spełnieniem funkcji rozrywkowej jest, poniekąd, samo istnienie pisma, możliwość jego czytania, w trakcie którego, przynajmniej potencjalnie, odbiorca ma szansę się zrelaksować i oderwać od rzeczywistości. Niektórzy uważają, że spełnianie funkcji rozrywkowej doprowadza do obniżenia poziomu prasy. Trudno się z tym zgodzić, mając na uwadze, że publiczność (szczególnie młodsza) między innymi tego oczekuje od prasy samorządowej i w tym postrzega jej atrakcyjność¹⁶⁷.
- Funkcja kontrolna. Realizacja tej funkcji przez prasę samorządową budzi najczęściej wątpliwości, ponieważ trudno oczekiwać, że dziennikarze będą oficjalnie krytykować swoich pracodawców, a ci się na to z pokorą zgodzą i nie wyciągną w stosunku do dziennikarzy żadnych konsekwencji. Zresztą, nawet w wypadku, kiedy władze nie stosują blokady informacyjnej w stosunku do niepokornych dziennikarzy, źródła tłumienia krytyki samorządowców mogą się znajdować w samych redakcjach (autocenzura „na wszelki wypadek”, sympatie redaktorów itp.) Można jednak przyjąć, że pełnienie funkcji kontrolnej nie ogranicza się jedynie do krytykowania władzy, ale polega również na pokazywaniu i napiętnowaniu wszelkich

¹⁶⁵ Ibidem.

¹⁶⁶ S. Michalczyk: *Krajobraz prasy samorządowej...*, s. 198.

¹⁶⁷ Ibidem.

negatywnych przejawów życia społecznego i mobilizowaniu społeczności do reagowania na niepożądane zachowania czy zjawiska¹⁶⁸.

- Funkcja propagandowa i popularyzatorska dla władzy. Rola ta bywa postrzegana bardzo negatywnie przez społeczność lokalną, jednak należy o niej wspomnieć, skoro wiele tytułów zakłada się przede wszystkim ze względu na taką możliwość. Trzeba dodać, że funkcja ta jest najbardziej widoczna w samorządach, które są opanowane przez jedną opcję polityczną. Oczywiście, zjawisko to szczególnie nasila się w okresach przed wyborami samorządowymi, kiedy prasa samorządowa pełni wręcz rolę „tuby” władzy. Są to działania negatywnie wpływające na postrzeganie pisma, które po okresie propagandy przedwyborczej traci wiarygodność i zaufanie czytelników¹⁶⁹.

¹⁶⁸ Ibidem, s. 198 – 199.

¹⁶⁹ M. Gierula: *Polska prasa lokalna...*, s. 113.

PRASA SAMORZĄDOWA – CHARAKTERYSTYKA

Strona | 93

Czytelnicy prasy samorządowej

Prasa samorządowa potencjalnie jest skierowana do wszystkich mieszkańców obszaru, na jakim się ukazuje, jednak badania wskazują, że nie wszyscy tak samo chętnie sięgają po tego rodzaju periodyki. Rzeczywistymi odbiorcami są więc osoby związane z szeroko rozumianym życiem instytucjonalno – organizacyjnym, których praca wymaga bieżącego orientowania się w problemach i wydarzeniach. Możemy tu wymienić pracowników różnego rodzaju instytucji lokalnych podległych władzom samorządowym, urzędników, lokalnych przedsiębiorców, nauczycieli, działaczy społecznych, pracowników instytucji kultury i liderów opinii. Czytelnikami prasy samorządowej częściej są mężczyźni, osoby w średnim wieku z wykształceniem średnim i wyższym¹⁷⁰.

Dziennikarze prasy samorządowej

Osoby piszące do prasy samorządowej można podzielić zasadniczo na dwie grupy:

- Dziennikarze zatrudnieni na etatach w redakcjach – stanowią 37,9% autorów. Etatowe zespoły w 80,6% przypadków składają się z 1 – 2 osób. Wśród tych dziennikarzy wyższym wykształceniem legitymuje się niewiele ponad połowa, nieco ponad 40% posiada wykształcenie średnie i pomaturalne (mamy więc do czynienia z pewną grupą dziennikarzy o jeszcze niższym wykształceniu). Przygotowaniem dziennikarskim (studia i kursy dziennikarskie) może pochwalić się jedynie 9,5% etatowych dziennikarzy, z czego 6,6% ukończyła tylko kursy. Funkcje kierownicze w redakcji niejednokrotnie pełnią przedstawiciele organów wykonawczych władzy.

¹⁷⁰ Ibidem, s. 113.

- Osoby piszące do prasy samorządowej, nie będące etatowymi pracownikami redakcji. W tej grupie mamy do czynienia z przedstawicielami szeroko rozumianej inteligencji lokalnej (zwłaszcza humanistycznej). Są to przede wszystkim urzędnicy instytucji samorządowych, nauczyciele, działacze społeczni i kulturalni¹⁷¹.

Treść publikacji

Prasa samorządowa, której zadaniem jest relacjonowanie życia i problemów społeczności lokalnej oraz artykułowanie jej interesów, zajmuje się głównie czterema aspektami tego życia:

- 10 – 20% powierzchni zadrukowanej poświęca się działalności lokalnych władz. Przede wszystkim jest tu mowa o posiedzeniach Rad Miejskich i Zarządów. Oprócz tego, w prasie samorządowej drukuje się uchwały i zarządzenia (w formie ogłoszeń urzędowych) oraz wywiady z przedstawicielami władzy. Najczęściej te publikacje mają charakter suchej informacji, brakuje natomiast miejsca na polemikę, dyskusję czy krytykę tej działalności¹⁷².

- Kultura i sport – tematyka niezwykle istotna, jako odzwierciedlenie wydarzeń, w których miała możliwość uczestniczyć znaczna część lokalnej społeczności. Jest to ważne również z perspektywy integrowania tej społeczności, choćby przez pryzmat identyfikowania się z sukcesami lokalnych zespołów.

- Historia lokalna ma bardzo duże znaczenie z perspektywy edukacji mieszkańców danej miejscowości, którzy niekoniecznie z niej pochodzą i nie zawsze mają świadomość przeszłości danego terenu¹⁷³.

Generalnie, można strukturę dowolnego pisma samorządowego podzielić na dwie części. Pierwsza dotyczy funkcjonowania władzy samorządowej, druga – pozostałych tematów. Omawianie tematyki działalności władz może być realizowane na dwa sposoby – stanowić integralną część pisma, lub być wkładką (dotyczy to uchwał czy zarządzeń) do wydania podstawowego. Pozostała część

¹⁷¹ Ibidem, s. 113 – 114.

¹⁷² S. Michalczyk: *Prasa samorządowa...*, s. 24.

¹⁷³ Ibidem.

gazety jest zbudowana podobnie jak w prasie prywatnej, czyli zawiera część informacyjną, publicystyczną i użyteczno – rozrywkową, przy czym dominują strony informacyjne (czasem podzielone na działy lub rubryki)¹⁷⁴. Najczęściej stosowanymi gatunkami dziennikarskimi są tu gatunki informacyjne. Wynika to nie tylko ze słabego przygotowania merytorycznego zespołów dziennikarskich, ale również z faktu osadzenia ich w urzędach (wpływ stylu kancelaryjno – urzędowego). Mamy więc do czynienia z informacją rozszerzoną, sprawozdaniem, omówieniem. Stosowane gatunki publicystyczne to artykuł i wywiad, znacznie rzadziej można spotkać reportaż, felieton czy komentarz. Należy dodać, że wiele tekstów jest napisanych nieokreślonym stylem, uniemożliwiającym określenie gatunku dziennikarskiego, co nie najlepiej wpływa na percepcję umiejętności dziennikarzy i wizerunek całej gazety w oczach czytelników.

Szata graficzna

Pod względem graficznym periodyki samorządowe są bardzo zróżnicowane. Ich jakość pod tym względem zależy przede wszystkim od możliwości finansowych wydawcy oraz od wyposażenia technicznego redakcji i umiejętności jej pracowników. Jednak typowe pismo samorządowe jest, w porównaniu z analogiczną prasą prywatną, dość skromne pod względem graficznym. Zazwyczaj jest czarno białe lub z jednym dodatkowym kolorem. Pełny kolor występuje często jedynie na okładce lub wkładce reklamowej. Sposób łamania jest tradycyjny, blokowy, statyczny. Ilość zdjęć jest stosunkowo niewielka, zdarza się, że są one kiepskiej jakości. Nie używa się zbyt wielu ozdobników graficznych a wielkość i krój czcionki nie są zbyt urozmaicone. Objętość prasy samorządowej waha się od kilku do kilkunastu stron i jest zmienna nie tylko pomiędzy różnymi tytułami, ale również wewnątrz jednego pisma (najczęściej większe objętościowo są numery świąteczne i przedwyborcze). Pisma o objętości powyżej 20 stron należą do rzadkości. Zdecydowanie najczęściej spotykanym formatem jest format zbliżony lub identyczny z A4¹⁷⁵.

¹⁷⁴ M. Gierula: *Polska prasa lokalna...*, s. 114.

¹⁷⁵ Ibidem, s. 115; zob. też W. Chorązki: *Aktualna sytuacja mediów...*, s. 36-48.

Periodyczność i nakład

Prasa samorządowa ukazuje się w prawie każdej (oprócz dzienników) Strona | 96
periodyczności, jednak najczęściej spotykane są miesięczniki (61,4%). Rzadszą formą są dwutygodniki (14%), co dwa miesiące ukazuje się około 20% czasopism samorządowych, natomiast do rzadkości należą tygodniki, ich liczba nie przekracza 5%¹⁷⁶. Ponieważ prasa samorządowa ukazuje się w miejscowościach nie zawsze dysponujących dużymi środkami finansowym a jej potencjalna społeczność czytelnicza nie jest zbyt duża, ich nakłady nie należą do imponujących. Dominują tytuły o nakładach nie przekraczających 1 tysiąca egzemplarzy (63,5%), co piąte pismo tego typu (20,7%) ukazuje się w nakładzie 1 – 2 tysięcy egzemplarzy. Tytuły osiągające nakład 5 – 10 tysięcy stanowią około 3% tej grupy typologicznej, większe nakłady są jeszcze rzadsze. Można więc stwierdzić, że aż 95% tytułów prasy samorządowej nie przekracza nakładu 5 tysięcy¹⁷⁷.

¹⁷⁶ Ibidem.

¹⁷⁷ Ibidem, s. 116.

OGRANICZENIA PRASY SAMORZĄDOWEJ

Brak krytyki skierowanej na władzę jest często zarzucany pismom samorządowym i jest poważnym mankamentem tej prasy. Wynika on najczęściej z usytuowania zespołów redakcyjnych w strukturach lokalnej władzy, co prowadzi do tego, że dziennikarze wolą się nie narażać, bojąc się o utratę pracy¹⁷⁸.

Niektóre pisma na swoich łamach zbyt dużą uwagę przywiązują do tematyki historycznej, poświęcając jej znaczną część powierzchni. Nie jest to zjawisko pozytywne, ponieważ prasa lokalna, w tym samorządowa, nie jest właściwym miejscem dla dyskusji paranaukowej¹⁷⁹.

Prasie samorządowej zarzuca się często zbyt ni związkiem z władzą lokalną a tym samym zależność i zaprzeczenie demokracji. Nie wszyscy zgadzają się z tą opinią. Jak utrzymuje B. Konarska – Pabiniak, nie jest to uchybienie, ponieważ władza samorządowa jest właśnie uosobieniem demokracji na szczeblu lokalnym, więc związek prasy z nią jest zjawiskiem raczej potwierdzającym demokrację. Ta sama autorka twierdzi również, że każda prasa jest uzależniona od swojego wydawcy, który zazwyczaj również posiada własne sympatie nie tylko ekonomiczne, ale również polityczne. Okazuje się więc, że władza wcale nie musi wydawać własnej gazety, żeby mieć wpływ na publikacje w prasie lokalnej. Może na przykład wymuszać odpowiednie publikacje i pokorę mediów, uzależniając zamieszczenie w nich komunikatów, ogłoszeń i reklam od wydźwięku publikacji na swój temat lub wpływając na koszty ponoszone przez poszczególne redakcje (lokal, wyposażenie). Nie należy się więc dziwić, że prasa samorządowa jest władzy przychylna, ponieważ jest zjawiskiem naturalnym, że gazeta sprzyja swojemu wydawcy. Sama władza zaś, posiadając legitymację do pełnienia urzędów, ma prawo posiadać swój organ prasowy. Wydawanie jedynie biuletynu urzędowego nie wydaje się w tej sytuacji zasadne, ponieważ nie spełnia odpowiedniej roli komunikacyjnej w społeczności lokalnej¹⁸⁰.

¹⁷⁸S. Michalczyk: *Prasa samorządowa...*, s. 24.

¹⁷⁹Ibidem.

¹⁸⁰B. Konarska – Pabiniak: *Wokół współczesnej prasy...*, s. 90 – 91; S. Turowski: *Samorządy a gazety*, [w:] „Wspólnota” 2000, nr 50.

Pojawiają się również głosy przeciwnie, twierdzące, że dyskusyjne jest wydawanie przez władzę lokalną prasy za publiczne pieniądze. Nie dość bowiem, że prasa taka służy tej władzy, to jeszcze blokuje miejsce na rynku, hamując możliwość rozwoju innym, prowadząc do powstania nieuczciwej konkurencji. Autorzy raportu *Samorządność i władza lokalna* twierdzą, że powinno się wręcz wprowadzić zapisy prawne, ograniczające samorządom możliwość wydawania prasy lokalnej ze środków publicznych, a jedynym dozwolonym wydawnictwem samorządu pozostawić biuletyn urzędowy¹⁸¹.

¹⁸¹B. Imiołczyk, J. Regulski: *Raport nr 2/2007 Samorządność i demokracja lokalna*, [w:] www.frdl.org.pl/downloads/DIP_022007.doc, s. 22.

RELACJE POMIĘDZY PRASĄ SAMORZĄDOWĄ A WŁADZĄ

Relacje między prasą samorządową, będącą faktycznie prasą władzy samorządowej, mogą kształtować się rozmaicie. Nie zawsze bowiem są to pisma zupełnie uzależnione od decyzji lokalnego samorządu, piszące pod dyktando obecnej władzy. S. Michalczyk, opierając się na badaniach zespołów dziennikarskich, wyodrębnił trzy modele, jakimi można opisać wzajemne relacje między zespołami dziennikarskimi prasy samorządowej a władzami. Są to:

- Model dyrektywno – cenzorski. Polega na pełnym uzależnieniu pisma od władz. Częstym zjawiskiem jest tu cenzura prewencyjna, spotyka się też próby wpływania na wydźwięk publikacji. Stosowaną praktyką jest również narzucanie pewnych tematów a wstrzymywanie innych. Szczególnie silne naciski mają miejsce przed wyborami samorządowymi.
- Model doradczo – konsultacyjny – tutaj ma miejsce częste konsultowanie materiałów przeznaczonych do druku z przedstawicielami władz (najczęściej wykonawczych). Nie zawsze wynika to z bezpośredniego żądania tychże władz, ponieważ zdarza się, że z inicjatywą wychodzą sami dziennikarze, asekurować się poniekąd przed niezadowoleniem władz po opublikowaniu materiału. Same władze pozostawiają zespołowi duży zakres swobody dziennikarskiej, szczególnie jeżeli chodzi o tematy dla niej neutralne (sport, kultura, historia). W modelu tym może dochodzić do napięć między zespołem redakcyjnym a opozycją w Radzie Miejskiej, choć pismo w okresie przedwyborczym jest dostępne dla wszystkich opcji politycznych.
- Model liberalno – partnerski daje zespołom redakcyjnym znaczny zakres swobody. Władze nie ingerują w treść pisma. Co więcej – śledzą jego treść jak wszyscy inni czytelnicy, reagują na ewentualną krytykę, polemizują, odpowiadają. Pismo sprawia wrażenie apolityczności¹⁸².

Oczywiście, przedstawione modele to pewne „typy idealne”, które rzadko występują w czystej formie. W praktyce często mamy do czynienia z modelami

¹⁸² S. Michalczyk: *Prasa samorządowa...*, s. 37.

mieszanymi, powstałymi niejako na granicach zaprezentowanych sposobów funkcjonowania prasy samorządowej w relacjach z władzą.

PRASA SAMORZĄDOWA A POLITYKA INFORMACYJNA SAMORZĄDU

Strona | 101

Polityka informacyjna a prawo obywateli do informacji

Gmina czy inna jednostka samorządu terytorialnego, prowadząc działalność informacyjną, realizuje prawo obywateli do informacji. Oczywiście, sama realizacja takiego prawa mogłaby się ograniczać do suchego przekazywania faktów, co nie jest korzystne z perspektywy budowania zaufania społecznego i kształtowania wizerunku samorządu. Dlatego wiele działań komunikacyjnych władz lokalnych wykracza poza ustawowy i konstytucyjny obowiązek przekazywania informacji.

Obowiązek udzielania informacji publicznej

Ogólne zasady ładu informacyjnego sformułowane są w Konstytucji RP. Art. 14 rozdziału pierwszego zapewnia wolność prasy i innych środków masowego przekazu. W rozdziale drugim natomiast, natomiast art. 54, jest mowa o tym, że *każdemu zapewnia się wolność wyrażania własnych przekonań, rozpowszechniania i zdobywania informacji. Cenzura prewencyjna oraz koncesjonowanie prasy są zakazane*¹⁸³. Do udzielania informacji, w myśl ustawy o dostępie do informacji publicznej z 6 września 2001 roku, zobowiązane są między innymi *podmioty reprezentujące państwowe osoby prawne albo osoby prawne samorządu terytorialnego oraz podmioty reprezentujące inne państwowe jednostki organizacyjne albo jednostki organizacyjne samorządu terytorialnego*¹⁸⁴.

Przez pojęcie informacji publicznej rozumiemy każdą informację o sprawach publicznych, związaną z funkcjonowaniem szeroko rozumianej władzy

¹⁸³ Konstytucja RP, rozdz. 2, art. 54.

¹⁸⁴ M. Krajewski: *Funkcjonowanie prawa do informacji publicznej w działalności samorządu lokalnego*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją – Public Relations – promocja jednostek samorządu terytorialnego*, S. Michałowski, W. Mich (red.), Lublin 2006, s. 12.

publicznej i innych podmiotów, pełniących funkcje publiczne¹⁸⁵. Teoretycznie więc, informacją publiczną jest każda informacja, będąca zgodnie z prawem w posiadaniu tych podmiotów. Nie należy jednak mylić informacji publicznej z informacją reklamową czy Public Relations. Za informację publiczną nie można również uznać indywidualnego doradztwa w konkretnej sprawie¹⁸⁶. Zakres przedmiotowy informacji publicznej na szczeblu lokalnym w szczególności stanowi wiedza o:

- zasadach funkcjonowania podmiotów władzy;
- trybie działania podmiotów władzy;
- sposobie stanowienia aktów publicznoprawnych;
- sposobach przyjmowania i załatwiania spraw;
- kolejności ich załatwiania lub rozstrzygania;
- prowadzonych rejestrach, ewidencjach i archiwach oraz sposobach i zasadach udostępniania danych w nich zawartych;
- stanie majątku terytorialnego;
- wysokości długu publicznego;
- pomocy publicznej;
- ciężarach publicznych¹⁸⁷.

Samorząd terytorialny ma obowiązek udzielania informacji w ww. zakresach w następujący sposób:

- ogłaszanie w Biuletynie Informacji Publicznej;
- żądanie na wniosek zainteresowanego obywatela (tylko wtedy, kiedy informacja nie została zamieszczona w BIP);
- wyłożenie lub wywieszenie informacji w miejscu ogólnodostępnym;
- prawo wstępu na posiedzenia kolegialnych organów władzy samorządowej¹⁸⁸.

¹⁸⁵ W myśl ustawy o prawie prasowym, osobami zobowiązanymi do udzielania prasie informacji są: organy władzy publicznej, przedsiębiorstwa państwowe i inne państwowe podmioty organizacyjne (pełen zakres informacji); organizacje spółdzielcze oraz osoby fizyczne i prawne prowadzące działalność gospodarczą na własny rachunek (informacje dotyczące dziedziny społecznej, związanej z działalnością gospodarczą); związki zawodowe oraz organizacje samorządowe i inne organizacje społeczne (głównie, gdy realizują zadania na zlecenie i/lub w oparciu o dotacje władz publicznych) – Prawo prasowe rozdz. 1 art. 4.

¹⁸⁶ M. Krajewski: *Funkcjonowanie prawa do informacji...*, s. 13.

¹⁸⁷ Ibidem.

Prawo, dotyczące udzielania informacji publicznej, nie zobowiązuje samorządu lokalnego do prowadzenia szeroko rozumianej polityki informacyjnej, ogranicza się jedynie do nałożenia nań obowiązku przekazywania informacji na temat swojej działalności. Jednak sama koncepcja samorządu terytorialnego jako wspólnoty mieszkańców implikuje konieczność działania sprawnego systemu komunikacyjnego.

Samorząd terytorialny jako wspólnota lokalna

Realizowany w naszym kraju od 1990 roku model demokracji zakłada istnienie samorządów lokalnych, które są rozumiane nie tylko jako wspólnoty polityczne, ale również korporacje obywateli¹⁸⁹. Reaktywowanie samorządu gminnego doprowadziło nie tylko do powstania nowych możliwości organizowania się i zarządzania sprawami lokalnymi, ale również do odrodzenia się i upodmiotowienia społeczności lokalnych. *Zwane także społecznościami terytorialnymi lub wspólnotami lokalnymi, określane są najprościej jako społeczności, których członkowie zamieszkują na określonym terytorium oraz są połączeni więzią, wynikającą z faktu zamieszkania na terytorium uważanym za wspólne i więzią podobnych lub wspólnych związków z tym terytorium*¹⁹⁰.

Gmina stała się instrumentalnym wyrazem istnienia tych społeczności. Podstawą działalności jednostek samorządu terytorialnego w ich obecnym kształcie jest przeświadczenie, że obywatele powinni mieć możliwość wpływania na swoje otoczenie, czyli realizowania demokracji partycypalnej¹⁹¹. Taki model jest charakterystyczny dla społeczeństwa obywatelskiego, do zbudowania którego dąży się w naszym kraju. Aby mogło istnieć społeczeństwo obywatelskie, konieczne są mechanizmy, umożliwiające obywatelom angażowanie się w życie społeczne. Model partycypacyjny nie polega więc jedynie na wybraniu władz

¹⁸⁸ Ibidem, s. 14 – 15.

¹⁸⁹ S. Michałowski: *Polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym a społeczeństwo obywatelskie*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją – Public Relations – promocja jednostek samorządu terytorialnego*, S. Michałowski, W. Mich (red.), Lublin 2006, s. 138.

¹⁹⁰ S. Brodziński: *Polityka informacyjna największych gmin Zagłębia Dąbrowskiego*, [w:] *Samorząd terytorialny w rozwiązywaniu problemów społecznych województwa katowickiego*, M. Barański (red.), Katowice 1998, s. 136.

¹⁹¹ S. Michałowski: *Polityka informacyjna w samorządzie...*, s. 137.

samorządowych, ale również na bieżącym udziale w życiu publicznym i politycznym. Dzięki temu obywatele nie tylko realizują swoje indywidualne cele i interesy, ale również biorą na siebie częściową odpowiedzialność za działalność władz, które są z nimi w stałym kontakcie poprzez konsultowanie bieżącej polityki, uzgadnianie, szukanie poparcia dla podejmowanych działań¹⁹². Dla zrealizowania takiego modelu zarządzania gminą konieczne wydaje się dążenie do osiągnięcia pewnego ładu informacyjnego. Aby go osiągnąć, należy wg E. Prochorowa *osiągnąć informacyjne zabezpieczenie demokracji. Wymaga to podwyższenia kompetencji publiczności, doprowadzenia do tego, żeby rozumiała ona swoje potrzeby (przy czym potrzeby nie wąsko socjalne, klasowe, narodowe, regionalne, a raczej ogólnoludzkie, dla kraju – ogólnopaństwowe). Żeby na gruncie humanistycznym spotkały się potrzeby grupowe i ogólnonarodowe, nawet światowe. Żeby publiczność dysponowała taką informacją, która pomagała by jej dokonywać właściwych wyborów. Skoro informacyjne zabezpieczenie demokracji związane jest przede wszystkim z kompetencjami publiczności, dziennikarz powinien uczyć ludzi tych kompetencji*¹⁹³.

Zadaniem gminy jest zaspokajanie potrzeb społeczności lokalnej. Potrzeby te, w miarę rozwoju społeczeństwa obywatelskiego i informacyjnego, nie ograniczają się już do realizowania interesów bytowych, a obejmują również szeroko rozumiane potrzeby informacyjne (komunikacyjne)¹⁹⁴. Aby brać aktywny udział w rozwoju lokalnym i życiu lokalnej społeczności, ludzie muszą być poinformowani o tym, co się wokół nich dzieje. Co więcej, oprócz możliwości uzyskiwania interesujących ich informacji, muszą mieć możliwość wypowiedzania własnego zdania i muszą być o to zdanie pytani. Dla zrealizowania takich postulatów nie wystarczy wywiązanie się przez gminę z obowiązków udzielania informacji. Konieczne jest prowadzenie szerokiej polityki komunikacyjnej, bez której upodmiotowienie społeczności lokalnej jest fikcją.

Polityka informacyjna gminy

¹⁹² Ibidem.

¹⁹³ E. Prochorow: *SMI i auditoria: koncepcija partnerstwa*, [w:] *Rol' priessy w formirowanii graždanskogo obszczestwa*, I. Kriestnikowa (red.), Moskwa 1999, s. 55 – 56. (tłum. P. Sz.)

¹⁹⁴ S. Brodziński: *Polityka informacyjna największych gmin...*, s. 136.

Polityka informacyjna gminy bywa definiowana jako jedna z polityk szczegółowych. Można ją określić *jako świadomą, planową i systematyczną działalność władz samorządowych polegającą na komunikowaniu się z otoczeniem w celu uzyskania aktywnego poparcia społecznego na rzecz realizacji strategicznych celów rozwojowych oraz kreowania pozytywnego wizerunku miasta (gminy, powiatu)*¹⁹⁵. Tak rozumiana polityka informacyjna ma pewne dalekosiężne cele – poprzez budowanie zaufania społecznego ułatwia nie tylko komunikację w gminie, ale również sprzyja budowaniu pozytywnego wizerunku władz, co ułatwia realizowanie bieżącej polityki. Udowodniono bowiem, że wszelkie cele osiąga się łatwiej w sprzyjającym otoczeniu. Można więc powiedzieć, że polityka informacyjna pełni rolę służebną wobec wszystkich pozostałych polityk.

Współczesne podejście do polityki informacyjnej coraz częściej (przynajmniej w teorii) zbliżone jest do koncepcji Public Relations, w odróżnieniu od wcześniej realizowanego modelu propagandowego czy marketingowego.

Mówiąc o Public Relations, mamy na myśli (według jednej z definicji) *promocję wizerunku poszczególnych firm, kreowanie pozytywnych kontaktów i stosunków poszczególnych przedsiębiorstw z otoczeniem oraz kształtowanie korzystnego obrazu medialnego i wzbudzanie zainteresowania firmą*¹⁹⁶. Często działalność Public Relations bywa utożsamiana (niesłusznie) z działalnością, mającą na celu budowanie pozytywnego wizerunku firmy czy instytucji. Dlatego proponuję, aby definiować PR jako wiarygodny dialog z otoczeniem, ponieważ definicja ta implikuje wiele konsekwencji dla polityki informacyjnej gminy.

Wiarygodność komunikowania będzie oparta na przeświadczeniu, że w polityce informacyjnej musimy bezwzględnie przestrzegać zasady prawdziwości przekazywanych komunikatów. Polityka informacyjna musi być prowadzona w duchu otwartości i szczerości. Oczywiście, takie działania nie mogą przynieść

¹⁹⁵ M. Sakowicz: *Zarządzanie informacją w gminie – podejście strategiczne czy marketingowe?*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją – Public Relations – promocja jednostek samorządu terytorialnego*, S. Michałowski, W. Mich (red.), Lublin 2006, s. 239 – 240.

¹⁹⁶ L. Pokrzycka: *Public Relations jednostek samorządu terytorialnego na przykładzie Lubelszczyzny*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją – Public Relations – promocja jednostek samorządu terytorialnego*, S. Michałowski, W. Mich (red.), Lublin 2006, s. 251.

szybkich i spektakularnych efektów – prawda bowiem nie zawsze jest wygodna dla władz – jednak w dłuższej perspektywie zawsze się opłaca¹⁹⁷.

Dialog nie jest jednostronnym przekazywaniem informacji, a pewną interakcją. Nadrzędnym celem polityki informacyjnej jest nie dobro władz, ale właśnie mieszkańców, z którymi się ten dialog prowadzi. W związku z tym, powinna zmierzać do wpływania nie tylko na zinstytucjonalizowany, ale również spontaniczny obieg informacji. Jej zadaniem jest sprzyjanie prawidłowemu rozwojowi systemu komunikowania społecznego i swobodnego przepływu informacji¹⁹⁸.

Strona | 106

Otoczenie gminy stanowią nie tylko pracownicy jej urzędów oraz obywatele, ale również wszelkie osoby potencjalnie wchodzące z nią w interakcję. Dlatego polityka informacyjna powinna być działalnością skierowaną również na dalsze otoczenie, jak np. potencjalni inwestorzy, turyści, sąsiedzi, miasta partnerskie itd. Stąd nieodłącznym elementem polityki informacyjnej powinno być również promowanie miejscowości na zewnątrz.

Podsumowując, polityka informacyjna ma za zadanie:

- realizację prawa społeczności lokalnej do informacji;
- inspirowanie systemu komunikowania społecznego w gminie;
- tworzenie porozumienia między władzą samorządową a społecznością lokalną;
- promocję gminy, czyli kształtowanie jej pozytywnego wizerunku na zewnątrz¹⁹⁹.

¹⁹⁷ C. Ulasiński, J. Opałka: *Polityka informacyjna samorządu terytorialnego*, [w:] *Poradnik dla dziennikarzy i wydawców prasy lokalnej*. Tom 2, A. Hejman (red.), Warszawa 1998, s. 152.

¹⁹⁸ Ibidem, s. 155.

¹⁹⁹ Ibidem, s. 156.

Instrumenty polityki informacyjnej

Władze, mające świadomość konieczności prowadzenia szeroko rozumianej polityki informacyjnej, w swojej działalności komunikacyjnej nie ograniczają się jedynie do środków i metod, jakie narzuca na nie obowiązek udzielania informacji. W celu budowania efektywnego systemu komunikacyjnego w gminie mogą one skorzystać z wielu dostępnych narzędzi komunikacyjnych. Samorząd ma więc do dyspozycji, m.in.:

- *indywidualny kontakt bezpośredni w czasie dyżurów dla mieszkańców czy spotkań z mieszkańcami czy udziału władz w wydarzeniach o charakterze publicznym;*
- *środki masowego przekazu, zarówno te będące własnością gmin, jak również inne media lokalne i regionalne;*
- *Public Relations – planowe, celowe i zorganizowane działanie mające na celu stworzenie i utrzymanie wzajemnego kontaktu między gminą, rozumianą jako system społeczny, a jej otoczeniem*²⁰⁰.

Trzeba tu zauważyć, że nie wszystkie te środki są zawsze tak samo przydatne w kształtowaniu polityki informacyjnej. Wielu znawców tematu utrzymuje, że na poziomie małych gmin o charakterze lokalnym komunikowanie publiczne i polityczne budowane są raczej na podstawie relacji interpersonalnych czy grupowych. Można wskazać na pewną zależność między wielkością gminy a znaczeniem poszczególnych środków komunikowania – im mniejsza gmina, tym większe znaczenie komunikacji interpersonalnej²⁰¹. Chodzi tu nie tylko o rozmowy między zwykłymi ludźmi, ale też o bezpośrednie kontakty z władzą lokalną, która powinna mieć świadomość tej zależności i dostosowywać używane instrumenty polityki komunikacyjnej do specyfiki lokalnej społeczności.

Media masowe, a szczególnie prasa drukowana, odgrywają w polityce niezwykle istotną rolę. Pamiętać jednak należy, że mamy tu do dyspozycji nie tylko prasę wydawaną przez samorządy czy jej biuletyny urzędowe, ale również

²⁰⁰ Ibidem, s. 153 – 155.

²⁰¹ Por B. Dobek Ostrowska *Lokalne media masowe...*, s. 183 oraz M. Graszewicz: *Media lokalne w systemie...*, s. 122 – 123.

wszystkie inne tytuły ukazujące się na lokalnym rynku, z którymi również warto, a nawet trzeba utrzymywać kontakt.

Rola mediów w komunikowaniu politycznym (w tym również na poziomie lokalnym) jest następująca:

Strona | 108

- są nośnikiem reklamy politycznej;
- informują o decyzjach i działaniach organów politycznych;
- są samodzielnymi nadawcami komunikatów politycznych, inicjatorami nie tylko procesów komunikacyjnych ale również wydarzeń politycznych²⁰².

Ograniczenia polityki komunikacyjnej

Władze, również na szczeblu lokalnym, coraz częściej są świadome roli, jaką odgrywa prawidłowo prowadzona polityka komunikacyjna. Jednak często, mimo tej świadomości, polityki takiej nie prowadzą lub prowadzą ją nieudolnie, ograniczając się jedynie do suchych komunikatów na temat podejmowanych działań. Jest wiele przyczyn tego zjawiska i, wbrew pozorom, nie zawsze wynikają one ze złej woli rządzących. Często powodem jest funkcjonowanie w społeczności lokalnej pewnych stereotypów, skutecznie ograniczających sprawne komunikowanie się. Jednym z nich jest powszechne przekonanie, że wszelkie informacje przekazywane przez władze są zwykłą propagandą, ponieważ „ci na górze” nic tak naprawdę nie robią, tylko załatwiają interesy swoje lub swoich kolegów, w związku z tym nie należy im ufać. Władze z kolei, opierając się właśnie na tym stereotypie, wychodzą z założenia, że wszelkie informacje przekazywane przez nie muszą się spotkać z negatywną reakcją społeczną, natomiast prasa interesuje się ich poczynaniami wyłącznie wtedy, kiedy dzieje się coś złego. Uważają też często, że dla prowadzenia polityki komunikacyjnej potrzebne są duże nakłady finansowe, na które nie mogą sobie pozwolić²⁰³.

Relacje prasy lokalnej z władzą

²⁰² M. Graszewicz: *Media lokalne w systemie...*, s. 122.

²⁰³ C. Ulański, J. Opałka: *Polityka informacyjna...*, s. 152.

Jak już wspomniano, media mogą być jednym z instrumentów polityki komunikacyjnej władzy lokalnej. Odpowiednio wykorzystane są w stanie sprostać zadaniu rzetelnego informowania społeczności lokalnej bez utraty niezależności od lokalnego establishmentu. Niestety, taka sytuacja występuje niezwykle rzadko. Najczęściej mamy do czynienia z dwoma przeciwnymi modelami relacji prasy z władzą – jest to albo uzależnienie prasy od władzy, albo otwarty między nimi konflikt. Wynika to najczęściej z niewłaściwego postrzegania roli i funkcji mediów zarówno przez władze, jak i przez samych dziennikarzy²⁰⁴.

Media kontra władza

W sytuacji, kiedy władza nie ma wpływu na niezależne media, zazwyczaj nie umie również z nimi współpracować. Jest to skutkiem głęboko zakorzenionego przekonania, że prasa, na którą nie mają wpływu, musi chcieć im zaszkodzić. Brak możliwości wpływania na treści prasowe rodzi strach i frustrację lokalnych polityków, skłaniając ich do otwartego konfliktu z tymi środkami przekazu. Świadczy to często o braku kompetencji medialnych samorządowców, które skłaniają ich do tego, żeby ze społeczeństwem kontaktować się okazynie (zazwyczaj podczas kampanii wyborczych) a za środek tych kontaktów wybierać raczej spotkania bezpośrednie, festyny i wiece wyborcze, a nie wolne i niezależne media²⁰⁵. Władze często nie zdają sobie sprawy z tego, że wraz z poinformowaniem społeczeństwa zaufanie do władzy rośnie (nawet, jeżeli informacje dotyczą kwestii niewygodnych), że współczesna demokracja wymaga permanentnego weryfikowania poczynań władzy przez obywateli a kontrola z ich strony i „patrzenie im na ręce” sprzyja podnoszeniu poziomu wykonywanych działań. Z perspektywy władz wydaje się to wszystko utrudnieniem, ponieważ jawność decyzji pociąga za sobą konieczność zatrudniania ludzi według ich kompetencji, a nie według koneksji rodzinnych czy towarzyskich. Jawność ta prowadzi również do natychmiastowego obnażania wszelkich błędów, co nie jest dla władzy wygodne, dlatego lepiej i łatwiej jest przyjmować pozę zaatakowanych przez dziennikarzy i tym samym pokrzywdzonych, zamiast samemu przekazywać prasie materiał do krytyki w postaci informacji na temat

²⁰⁴M. Agopsowicz: *Szanse niezależnej prasy lokalnej w Polsce*, „Więź”, Luty 2004, s. 98.

²⁰⁵M. Graszewicz: *Media lokalne w systemie komunikowania...*s. 124 – 125.

własnej działalności. Samorządowcy zdają się nie dostrzegać istotnej funkcji, jaką mają do spełnienia lokalne media, czyli funkcji kontrolnej. Nie da się kontrolować władzy, pisząc o niej tylko dobrze. A nie kontrolowanie władzy, to rezygnacja z podstawowych zadań prasy i ryzyko utraty zaufania społecznego²⁰⁶.

Strona | 110

W relacjach z władzą same media też nie są bez winy, ponieważ nazbyt często uciekają się do argumentów *ad hominem*, czyli krytykowania ludzi w ogóle zamiast krytyki ich zachowań. Zdarza się też, że gazety nie chcą publikować sprostowań pochodzących od władzy, będących *de facto* polemiką. Oczywiście, nie mają obowiązku tego robić, ale dla zachowania poprawnych relacji warto czasem ustąpić i niekoniecznie komentować wszystkie komunikaty pochodzące od władz. Krytyka prasowa nazbyt często jest przepełniona emocjami – zamiast rzeczowego wskazania na nieprawidłowości, prasa lokalna szafuje demagogicznym oburzeniem. Samorządowców może również razić brak elementarnej grzeczności ze strony dziennikarzy – niedostosowanie ubioru do okazji i żądanie każdej informacji natychmiast. Osoby piszące do lokalnych mediów, mając poczucie misji społecznej, wdają się niejednokrotnie w dyskusje przy zbieraniu materiałów, co sprawia, że władze są przekonane, że mają oni już swoją tezę na temat wyjaśnianej kwestii, więc wszelkie wyjaśnianie na nic się nie zda, bo dziennikarz jest uprzedzony. Wreszcie, dziennikarze wcale nie są wolni od sympatii politycznych, co jest widoczne w ich publikacjach – nazbyt często występują oni nie w roli niezależnych obserwatorów i komentatorów, a jako aktywni gracze polityczni²⁰⁷.

Władze, skłócone z mediami lokalnymi, stosują różnego rodzaju blokady informacyjne, utrudniające mediom działalność. Mimo ustawy o dostępie do informacji publicznej, dziennikarze mają duży problem z dowiedzeniem się czegokolwiek od samorządowców. Jedną z metod bywa nieuzasadnione powoływanie się przez urzędników na Ustawę o ochronie danych osobowych. Władze często zastrzegają też dla jednej lub kilku osób prawo do udzielania informacji prasie co „zamyka usta” szeregowym pracownikom urzędów²⁰⁸. Stosowaną praktyką jest też udzielanie informacji wybranym „zaprzyjaźnionym” tytułom oraz „utajnianie” wszelkich możliwych dokumentów. Zdarza się też, że

²⁰⁶ K. Bielenin: *(Nie)polska i (nie)zależna...*

²⁰⁷ D. Księski: *Relacje między władzą samorządową...*, s. 122 – 123.

²⁰⁸ A. Barć – Kurpińska: *Wolność wypowiedzi prasy lokalnej...*, s. 181 – 182.

władze, łamiąc prawo, po prostu odmawiają udzielenia informacji. Potencjalnie, taką odmowę można zaskarżyć do NSA, w praktyce dzieje się to niezwykle rzadko. Zdarzają się natomiast procesy przeciwko dziennikarzom za podawanie nieprawdziwych informacji w prasie. Tu wina jest po stronie samej prasy, bo choć dziennikarze otrzymują informację od samych władz, powinni ją sprawdzić przed opublikowaniem.

Formą utrudniania życia niepokornym mediom jest wymaganie od nich autoryzacji każdego tekstu, gdzie cytowane są dosłownie wypowiedzi, nawet te z posiedzeń Rad Gmin (!), jak również zamykanie posiedzeń dla prasy (ze względu na dobro publiczne)²⁰⁹.

Prasa na usługach władzy

Wiele tytułów prasy lokalnej decyduje się na symbiozę z miejscowymi władzami. Wbrew pozorom, nie dotyczy to tylko prasy samorządowej, która siłą rzeczy żyje z władzami dobrze, ale również części „niezależnych” tytułów, które, nie chcąc mieć problemów, nie poruszają tematów kontrowersyjnych, nie krytykują poczynąń lokalnych włodarzy itp.

Prasa samorządowa, zgodnie z zasadą, że nie kasa się ręki, która karmi, bardzo rzadko albo wręcz nigdy nie decyduje się na publikowanie materiałów krytykujących władze. Co więcej, istnieje tu pewnego rodzaju cicha zgoda na to, by władze nie tylko cenzurowały teksty przed opublikowaniem, ale również narzucały tematy, hamując inne²¹⁰.

Tytuły, będące na usługach lokalnej władzy, nie są w stanie spełniać swoich funkcji dla społeczeństwa, ponieważ ich priorytetem nie jest służenie dobru publicznemu, a władzy – taka jest opinia wielu badaczy i obserwatorów zjawiska. Formułując takie wnioski, wychodzą oni z założenia, że interesy ogółu i władz nie są zbieżne. Jest to zgodne z wąskim pojmowaniem samorządu, czyli utożsamianiem go jedynie z organami władzy lokalnej. Czy jest to pogląd niesłuszny, trudno wnioskować, ponieważ zdanie takie jest charakterystyczne dla

²⁰⁹ B. Dwornik: *Media lokalne...*

²¹⁰ Ibidem.

większości społeczności lokalnych i świadczy o niskiej świadomości idei samorządu w naszym kraju.

Prasa uzależniona od władzy spełnia, niewątpliwie, jedną istotną funkcję – funkcję narzędzia marketingowego, mającego przekonać mieszkańców, że władza rządzi mądrze i należy ją wybrać na kolejną kadencję. Sprawia to, że jest ona nieciekawa, jałowa, a krytyka czy dyskusja, jaka się ewentualnie pojawia na jej łamach, dotyczy jedynie starć w łonie Rady Gminy (Miasta) między poszczególnymi frakcjami. Zdarza się też krytyka skierowana do alternatywnego, niezależnego medium, funkcjonującego na rynku²¹¹.

Strona | 112

Wydaje się, że z perspektywy dobra społeczności lokalnej konieczne jest, żeby na lokalnym rynku funkcjonowały przynajmniej dwa alternatywne tytuły prasowe, pokazujące realia życia i funkcjonowania miejscowych władz z różnej strony. Hipotetycznie, wystarczyłby jeden tytuł pod warunkiem, że miałby on zupełną niezależność od władzy, nie będąc jednocześnie nastawiony negatywnie do absolutnie wszystkiego, co władza robi. Taka sytuacja zdarza się jednak niezwykle rzadko.

Wielu badaczy twierdzi, że powinno się zlikwidować zupełnie zjawisko prasy samorządowej, ponieważ nie służy ono społeczności lokalnej, a jest utrzymywane z jej pieniędzy. Trudno się zgodzić z takim przekonaniem, ponieważ prasa samorządowa, jako instrument polityki informacyjnej może spełniać i często spełnia wiele funkcji w systemie komunikowania lokalnego. Aby te funkcje spełniać bardziej skutecznie, konieczne są zmiany w przekonaniach na temat charakteru i istotności komunikacji lokalnej nie tylko władz, ale również obywateli i osób wydających prasę – zarówno samorządową, jak i niezależną.

²¹¹ D. Księski: *Relacje między władzą...*, s. 124.

PRASA SAMORZĄDOWA W WOJEWÓDZTWIE ŚLĄSKIM

Województwo śląskie jest podzielone na 36 powiatów, z czego aż 19 stanowią powiaty grodzkie a 17 powiaty ziemskie. Prasa samorządowa jest zjawiskiem bardzo rozpowszechnionym w województwie śląskim, co wynika zarówno z bogatych tradycji prasowo-wydawniczych tych terenów, jak i ze współczesnej charakterystyki województwa, które nie tylko jest jednym z najbardziej uprzemysłowionych i najgęściej zaludnionych obszarów naszego kraju, ale również województwem, gdzie mamy do czynienia z najmniejszym odsetkiem miejscowości wiejskich (2,6% wsi polskich leży w województwie śląskim)²¹².

Autorka niniejszego opracowania zweryfikowała stan prasy w poszczególnych gminach województwa śląskiego na podstawie informacji zamieszczanych na stronach internetowych urzędów gmin i ośrodków kultury, informacji uzyskanych od urzędów drogą mailową i telefoniczną, dzięki czemu udało się ustalić, że w województwie śląskim wydawanych jest 151 tytułów prasy samorządowej (stan na wrzesień 2008 roku).

Najczęściej występującym zjawiskiem w województwie śląskim są tytuły wydawane bezpośrednio przez urzędy miast/gmin. We wrześniu 2008 roku takich tytułów było 86 i stanowiły one prawie 57% prasy samorządowej. Pism wydawanych przez ośrodki kultury bądź biura promocji (informacji) miejskiej było 44 (ponad 29%), 7 tytułów wydawały starostwa powiatowe (4,63%), 6 spółki bądź stowarzyszenia, w których gminy miały swoje udziały (prawie 4%), 5 rady miast/gmin (3,31%), jeden tytuł był wydawany przez zarząd gminy, jeden przez wójta, w stosunku do jednego pisma nie udało się określić wydawcy.

Większość ukazujących się w województwie śląskim tytułów prasy samorządowej to miesięczniki – 87 tytułów (57,6%). Jeszcze rzadziej ukazujących się pism jest aż 40 (14 kwartalników – 9,27%, 19 dwumiesięczników – 12,58%, 6 nieregularników – prawie 4%, jedno pismo ukazujące się 10 razy w

212

http://www.katowice.uw.gov.pl/uradkatowice.php?wojewodztwo/opis_wojewodztwa.

roku i jedno wychodzące 7 razy w roku). Z częstotliwością większą niż raz na miesiąc ukazują się 22 tytuły (11 dwutygodników i 11 tygodników – po 7,28%).

Zdecydowana większość - 113 - ukazujących się tytułów prasy samorządowej jest wydawana bezpłatnie (prawie 75%), jedynie niespełna 24% (36 tytułów) jest kolportowanych odpłatnie. W stosunku do dwóch wydawnictw nie udało się autorce ustalić ceny.

Poniższa tabela obrazuje stan prasy samorządowej w poszczególnych gminach województwa śląskiego.

TABELA 1: PRASA SAMORZĄDOWA WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

Powiat	Gmina	Tytuł	Cena	Periodyczność	Wydawca
Będziński	Będzin	<i>Aktualności Będzińskie</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG*
	Będzin	<i>Ziemia Będzińska + Coolturalny Powiat</i>	bezpłatna	miesięcznik	SP**
	Psary	<i>Głos Gminy Psary</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP** *
	Czeladź	<i>Echo Czeladzi</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Sławków	<i>Kurier Sławkowski</i>	płatna	miesięcznik	UM/UG
	Wojkowice	<i>Głos Wojkowic</i>	płatna	Dwumiesięcznik	Zarząd Gminy
	Bobrowniki	<i>Informator Gminny</i>	płatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Mierzęcice	<i>Nasza Gmina Mierzęcice</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Siewierz	<i>Kurier Siewierski</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
Bielski	Wilamowice	<i>Wilamowice I Okolice</i>	płatna	Dwumiesięcznik	UM/UG
	Porąbka	<i>Nasza Gmina Porąbka</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Czechowice – Dziedzice	<i>Biuletyn Samorządowy Czechowice – Dziedzice</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Szczyrk	<i>Gazeta Szczyrkowska</i>	brak danych	brak danych	Brak danych
	Wilkowice	<i>Głos Gminy Wilkowice</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Buczkowice	<i>Gazeta Gminna</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	OK/BI/BP
	Jasienica	<i>Jasienica</i>	płatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Jaworze	<i>Echo Jaworza</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Kozy	<i>Wiadomości Koziańskie</i>	bezpłatna	7 razy w roku	UM/UG
Bielsko-Biała	Bestwina	<i>Magazyn Gminny</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Bielsko-Biała	<i>Magazyn Samorządowy W Bielsku-Białej</i>	bezpłatna	dwutygodnik	UM/UG
	Bielsko-Biała	<i>Mój Powiat</i>	bezpłatna	miesięcznik	SP
	Bieruń	<i>Rodnia</i>	płatna	miesięcznik	OK/BI/BP

Powiat	Gmina	Tytuł	Cena	Periodyczność	Wydawca
	Bieruń	<i>Informator Powiatu Bieruńsko-Lędzińskiego</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	SP
	Lędziny	<i>Biuletyn Informacyjny Lędziny – Lędziny Teraz</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Imielin	<i>Kurier – Imielińska Gazeta Samorządowa</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Bojszowy	<i>Nasza Rodnia</i>	płatna	miesięcznik	UM/UG
	Chełm Śląski	<i>Brak</i>	Brak		
Bytom	Bytom	<i>Rynek 7</i>	bezpłatna	dwutygodnik	OK/BI/BP
Chorzów	Chorzów	<i>Wspólny Chorzów</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
Cieszyński	Chybie	<i>Nowa Formacja</i>	płatna	dwutygodnik	OK/BI/BP
	Dębowiec	<i>Dębowieści</i>	płatna	Dwumiesięcznik	OK/BI/BP
	Skoczów	<i>Wieści Skoczowskie</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Zebrzydowice	<i>Wiadomości Znad Piotrówki</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Wisła	<i>Echo Wisły</i>	płatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Hażlach	<i>Wiadomości Gminy Hażlach</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	Wójt
	Ustroń	<i>Gazeta Ustrońska</i>	płatna	tygodnik	RM/RG
	Strumień	<i>Brak</i>	brak		
	Brenna	<i>Wieści Znad Brennicy</i>	płatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Goleszów	<i>Panorama Goleszowska</i>	płatna	miesięcznik	UM/UG
	Cieszyn	<i>Wiadomości Ratuszowe</i>	bezpłatna	dwutygodnik	UM/UG
	Istebna	<i>Nasza Trójwieś</i>	płatna	miesięcznik	UM/UG
Częstochowa	Częstochowa	<i>Częstochowskie Wieści Powiatowe</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	SP
Częstochowa	Częstochowa	<i>Aleje 3</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	OK/BI/BP
Częstochowski	Dąbrowa Zielona	<i>Brak</i>	brak		
	Starcza	<i>Brak</i>	brak		
	Blachownia	<i>Wiadomości Z Ratusza</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Lelów	<i>Brak</i>	brak		
	Mykanów	<i>Biuletyn Informacyjny Gminy Mykanów</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Kłomnice	<i>Gazeta Kłomnicka</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Olsztyn	<i>Biuletyn Gminy Olsztyn</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	UM/UG
	Rędziny	<i>Kurier Rędziński</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	UM/UG
	Mstów	<i>Mstowskie Forum</i>	bezpłatna	nieregularnik	UM/UG
	Kamienica Polska	<i>Biuletyn Informacyjny Gminy Kamienica Polska</i>	bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Konopiska	<i>Pasma</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Poczesna	<i>Spoiwo</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Koniecpol	<i>Gazeta Koniecpolska</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP

Powiat	Gmina	Tytuł	Cena	Periodyczność	Wydawca
	Kruszyna	<i>Głos Gminy</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	UM/UG
	Janów	<i>Brak</i>	brak		
	Przyrów	<i>Brak</i>	brak		
Dąbrowa Górnicza		<i>Przegląd Dąbrowski</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
Dąbrowa Górnicza		<i>Raptularz Kulturalny</i>	bezpłatna	kwartalnik	OK/BI/BP
Gliwice	Gliwice	<i>Wiadomości Powiatu Gliwickiego,</i>	bezpłatna	miesięcznik	SP
Gliwice	Gliwice	<i>Gliwicki Magazyn Kulturalny Biuletyn Miejskiej Biblioteki Publicznej W Gliwicach</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
Gliwice	Gliwice	<i>Miejski Serwis Informacyjny Gliwice,</i>	bezpłatna	tygodnik	UM/UG
Gliwice	Gliwice	<i>Biuletyn Informacyjny Urzędu Miejskiego W Gliwicach,</i>	bezpłatna	tygodnik	UM/UG
Gliwicki	Gierałtowiec	<i>Więści Gminy Gierałtowiec</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	UM/UG
	Pyskowice	<i>Przegląd Pyskowski</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Sośnicowice	<i>Miasteczko</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Wielowieś	<i>Brak</i>	brak		
	Knurów	<i>Przegląd Lokalny</i>	płatna	tygodnik	OK/BI/BP
	Pilchowice	<i>Brak</i>	brak		
	Rudziniec	<i>Brak</i>	brak		
	Toszek	<i>Kurier Ziemi Toszeckiej</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	OK/BI/BP
Jastrzębie-Zdrój	Jastrzębie-Zdrój	<i>Jastrząb</i>	płatna	miesięcznik	UM/UG
Jaworzno	Jaworzno	<i>Jaworznicki Sokół</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
Katowice	Katowice	<i>Brak</i>	brak		
Kłobucki	Wręcycza Wielka	<i>Informator Samorządowy Gminy Wręcycza Wielka</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Popów	<i>Brak</i>	brak		
	Krzepice	<i>Wiadomości Ziemi Krzepickiej</i>	bezpłatna	kwartalnik	OK/BI/BP
	Lipie	<i>Brak</i>	brak		
	Opatów	<i>Brak</i>	brak		
	Panki	<i>Głos Panek</i>	bezpłatna	nieregularnik	UM/UG
	Kłobuck	<i>Brak</i>	brak		
	Przystajń	<i>Brak</i>	brak		
	Miedźno	<i>Brak</i>	brak		
Lubliniecki	Kochanowice	<i>Więści Gminne</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	OK/BI/BP
	Woźniki	<i>Wiadomości Ziemi Woźnickiej</i>	płatna	miesięcznik	RM/RG
	Pawonków	<i>Biuletyn Informacyjny</i>	bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Boronów	<i>Biuletyn Informacyjny Gminy Boronów</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	UM/UG

Powiat	Gmina	Tytuł	Cena	Periodyczność	Wydawca
	Lubliniec	<i>Nowiny Lublinieckie</i>	bezpłatna	dwutygodnik	UM/UG
	Koszęcin	<i>Echo Gminy Koszęcin</i>	bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Ciasna	<i>Express Gminny</i>	płatna	miesięcznik	UM/UG
	Herby	<i>Herby Informacje Gminne</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
Mikołowski	Orzesze	<i>Gazeta Orzeska</i>	płatna	miesięcznik	UM/UG
	Ornontowice	<i>Głos Ornontowic</i>	płatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Łaziska Górne	<i>Gazeta Łaziska</i>	płatna	dwutygodnik	UM/UG
	Mikołów	<i>Gazeta Mikołowska,</i>	płatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Mikołów	<i>Aktualności Powiatu Mikołowskiego</i>	bezpłatna	miesięcznik	SP
	Wyry	<i>Wicie</i>	płatna	miesięcznik	UM/UG
Mysłowice	Mysłowice	<i>Życie Mysłowic</i>	płatna	tygodnik	OK/BI/BP
Myszkowski	Poraj	<i>Kurier Porajski</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Niegowa	<i>Głos Gminy Niegowa</i>	bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Żarki	<i>Informator Urzędu Miasta I Gminy Żarki</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Myszków	<i>Brak</i>	brak		
	Koziegłowy	<i>Nasza Gmina</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
Piekary Śląskie	Piekary Śląskie	<i>Przegląd Piekarski</i>	bezpłatna	miesięcznik	spółka/stowa rzyszenie
Pszczynski	Pszczyna	<i>Głos Pszczyński</i>	płatna	dwutygodnik	spółka/stowa rzyszenie
	Pawłowice	<i>Racje Gminne</i>	płatna	dwutygodnik	OK/BI/BP
	Kobiór	<i>Brak</i>	brak		
	Miedźna	<i>Brak</i>	brak		
	Suszec	<i>Nowiny Suszeckiej Gminy</i>	płatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Goczałkowice Zdrój	<i>Wiadomości Goczałkowickie</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
Raciborski	Krzyżanowice	<i>Krzyżanowickie Gminne Wieści</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Nędza	<i>Gazetka Samorządowa Gminy Nędza</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Kornowac	<i>Brak</i>	brak		
	Kuźnia Raciborska	<i>Biuletyn Informacyjny Urzędu Miejskiego W Kuźni Raciborskiej</i>	bezpłatna	nieregularnik	UM/UG
	Racibórz	<i>Raciborski Informator Miejski</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Pietrowice Wielkie	<i>Głos Gminy</i>	bezpłatna	miesięcznik	RM/RG
	Rudnik	<i>Gminny Biuletyn Informacyjny Gminy Rudnik</i>	bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Krzanowice	<i>Krzanowice I Okolice</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
Ruda Śląska	Ruda Śląska	<i>Wiadomości Rudzkie</i>	płatna	tygodnik	spółka/stowa rzyszenie
Ruda Śląska	Ruda Śląska	<i>Rudzki Informator Kulturalny</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG

Powiat	Gmina	Tytuł	Cena	Periodyczność	Wydawca
Ruda Śląska	Ruda Śląska	<i>Biuletyn Informacyjny Urzędu Miasta Ruda Śląska</i>	bezpłatna	tygodnik	UM/UG
Ruda Śląska	Ruda Śląska	<i>Ratuszowe Nowinki</i>	bezpłatna	dwutygodnik	UM/UG
Ruda Śląska	Ruda Śląska	<i>Kurier Rudzki</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
Rybnicki	Jejkowice	<i>Brak</i>	brak		
	Czerwionka – Leszczyny	<i>Kurier</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Świerklany	<i>Kurier Gminy Świerklany</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	UM/UG
	Gaszowice	<i>Informator Gminny</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Lyski	<i>Informator Gminny</i>	bezpłatna	nieregularnik	UM/UG
Rybnik	Rybnik	<i>Wieści Z Powiatu Rybnickiego</i>	bezpłatna	miesięcznik	SP
Rybnik	Rybnik	<i>Gazeta Rybnicka</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
Siemianowice Śląskie		<i>Nowe Siemianowice</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
Sosnowiec		<i>Kurier Miejski</i>	bezpłatna	miesięcznik	spółka/stowarzyszenie
Świętochłowice		<i>Świętochłowicki Witraż</i>	bezpłatna	tygodnik	OK/BI/BP
Tarnogórski	Kalety	<i>Biuletyn Informacyjny Miasta Kalety</i>	płatna	miesięcznik	UM/UG
	Zbrosławice	<i>Wieść Z Gminy</i>	bezpłatna	10 nr rocznie	UM/UG
	Krupski Młyn	<i>Nowiny Zielonej Gminy</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Miasteczko Śląskie	<i>Wieści Z Ratusza</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Radzionków	<i>Kurier Radzionkowski. Biuletyn Informacyjny Mieszkańców Radzionkowa.</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Tarnowskie Góry	<i>Gwarek Śląski</i>	płatna	tygodnik	spółka/stowarzyszenie
	Ożarówice	<i>Nasze Gminne Sprawy</i>	płatna	miesięcznik	UM/UG
	Świerklaniec	<i>Brak</i>	brak		
	Tworóg	<i>TWG Kurier</i>	płatna	miesięcznik	OK/BI/BP
Tychy		<i>Twoje Tychy</i>	bezpłatna	tygodnik	UM/UG
Wodzisławski	Mszana	<i>Nasze Wieści Gminne</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Pszów	<i>Biuletyn Informacyjny Miasta Pszów</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Radlin	<i>Biuletyn Miasta Radlin</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Wodzisław Śląski	<i>Gazeta Wodzisławska</i>	bezpłatna	dwutygodnik	OK/BI/BP
	Godów	<i>Brak danych</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	UM/UG
	Gorzycy	<i>U Nas</i>	płatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Lubomia	<i>Brak</i>	brak		
	Rydułtowy	<i>Na Ratuszu</i>	bezpłatna	miesięcznik	spółka/stowarzyszenie
	Marklowice	<i>Kurier Markłowicki</i>	bezpłatna	Dwumiesięcznik	UM/UG

Powiat	Gmina	Tytuł	Cena	Periodyczność	Wydawca
Zabrze		<i>Nasze Zabrze Samorządowe</i>	bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
Zawierciański	Włodowice	<i>Brak</i>	brak		
	Ogrodzieniec	<i>Gazeta Ogrodzieniecka</i>	bezpłatna	miesięcznik	RM/RG
	Zawiercie	<i>Gazeta Zawierciańska Jura</i>	płatna	tygodnik	OK/BI/BP
	Kroczyce	<i>Wieści Z Kroczy i Okolicy</i>	bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Łazy	<i>Echa Łaz</i>	bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Pilica	<i>Kurier Pilicki</i>	bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Irządze	<i>Brak</i>	brak		
	Poręba	<i>Wspólne Sprawy</i>	Brak danych	miesięcznik	OK/BI/BP
	Żarnowiec	<i>Echo Żarnowca</i>	Płatna	miesięcznik	RM/RG
	Szczekociny	<i>Echo Szczekocin</i>	Płatna	miesięcznik	OK/BI/BP
Żory		<i>Kurier Żorski</i>	Bezpłatna	Dwumiesięcznik	UM/UG
Żywiecki	Ślemień	<i>Biuletyn Informacyjny</i>	Bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Czernichów	<i>Biuletyn Gminy Czernichów</i>	Bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Gilowice	<i>Wiadomości Samorządowe</i>	Bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Milówka	<i>Brak</i>	Brak		
	Radziechowy-Wieprz	<i>Nasza Gmina Radziechowy-Wieprz</i>	Bezpłatna	miesięcznik	OK/BI/BP
	Łodygowice	<i>Biuletyn Samorządowy Gminy Łodygowice</i>	Bezpłatna	nieregularnik	UM/UG
	Ujsoly	<i>Gazeta Ujsolska Niedzienna</i>	Bezpłatna	nieregularnik	
	Żywiec	<i>Puls Żywca</i>	Bezpłatna	dwutygodnik	UM/UG
	Węgierska Górka	<i>Nowiny Z Gminy</i>	Bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Jeleśnia	<i>Brak</i>	Brak		
	Koszarawa	<i>Brak</i>	Brak		
	Lipowa	<i>Biuletyn Informacyjny</i>	Bezpłatna	kwartalnik	UM/UG
	Łękawica	<i>Wieści Gminne</i>	Bezpłatna	miesięcznik	UM/UG
	Rajcza	<i>Brak</i>	Brak		
	Świnna	<i>Informator Gminy Świnna</i>	Bezpłatna	kwartalnik	UM/UG

* UM/UG – Urząd Miasta lub Urząd Gminy

** SP – Starostwo Powiatowe

*** OK/BI/BP – Ośrodek Kultury, Biuro Informacji lub Biuro Prasowe

Źródło: badania własne autorki

ROZDZIAŁ IV PREZENTACJA MIEJSCOWOŚCI, KTÓRYCH PRASĘ PODDANO ANALIZIE

BIELSKO-BIAŁA

Bielsko-Biała dawniej i dziś

Strona | 121

Bielsko-Biała sięga korzeniami XII wieku, wówczas na terenie obecnego Starego Bielska istniała osada, której mieszkańcy trudnili się rolnictwem i wydobywaniem płytko zalegającej rudy żelaza oraz rzemiosłem. Najstarszy kościół na tym terenie był datowany na 1135 rok. W roku 1312 Bielsko było już lokowane na prawie polskim – wtedy to książę cieszyński Mieszko nadał jego mieszkańcom las za wierną służbę. W 1327 roku Bielsko znalazło się poza granicami Polski, kiedy to książę Kazimierz stał się lennikiem króla Czech Jana Luksemburczyka. W 1526 roku Bielsko znalazło się w granicach monarchii austriackiej, w której pozostało do roku 1918. Mimo zmian przynależności państwowej, Bielsko doskonale się rozwijało. W połowie XIV wieku murowany zamek zastąpił tu drewnianą warownię. Zaczęła się rozwijać produkcja tkanin. W 1548 roku całe lokalne włókiennictwo trafiło pod ochronę księcia Wacława II, pojawiła się też marka Bielskiego Sukna (niektórzy badacze twierdzą, że nazwa Bielsko pochodzi właśnie od „bielenia płótna”). Książę Wacław rozpoczął w mieście również krzewienie protestantyzmu. W 1570 roku bogaci mieszczaństwo odkupili od księcia Kazimierza Fryderyka folwark i wsie Mikuszowice i Bystra. Rok później miasto znalazło się we władaniu rządcy Pszczyny Karola Promnity.

Na drugim „polskim” brzegu rzeki Białej rozwijała się miejscowość Biała. Początkowo był to tylko przysiółek wsi Lipnik. Pierwsze wzmianki o Białej pochodzą z roku 1564, kiedy osada liczyła 13 chat a jej mieszkańcy trudnili się rzemiosłem – przede wszystkim tkactwem. W 1613 Biała stała się samodzielną gminą, choć ciągle pod kontrolą Lipnika. Dopiero w 1669 król Michał Korybut Wiśniowiecki zabronił starostom lipnickim nakładania nowych podatków i podwyższania starych, co przyczyniło się do rozwoju Białej, która w 1723 roku uzyskała prawa miejskie (w późniejszych latach wchłonęła Lipnik, od którego była wcześniej zależna).

Bielsko już w XVII wieku było już silnym ośrodkiem sukienniczym, w kolejnych wiekach, szczególnie w dobie rewolucji przemysłowej, rozwijało się bardzo prężnie. Nie przyczyniło się to jednak do wzrostu liczby mieszkańców

miasta, która aż do okresu międzywojennego oscylowała wokół 20 tysięcy. Było to spowodowane faktem, że bogaci mieszczenie (w 90 procentach Niemcy i zniemczeni Żydzi) nie pozwalali pracownikom na osiedlanie się w mieście, nie życząc sobie robotniczego towarzystwa.

Złotym okresem w rozwoju miasta był koniec XIX i początek XX wieku. W 1886 powstała w nim gazownia a w 1884 centrala telefoniczna. Natomiast rok 1893 to data powstania pierwszej na ziemiach polskich elektrowni.

Po odzyskaniu przez Polskę niepodległości w 1918 roku bielscy radni dopiero 7 grudnia złożyli przysięgę na wierność Rzeczypospolitej, gdyż do tej pory liczyli jeszcze na utworzenie Sudetenland. Zrobili to jednak pod warunkiem przyznania wielu przywilejów dla ludności niemieckiej, która według spisu z 1921 roku stanowiła 61,9% wszystkich mieszkańców Bielska. Polaków było wtedy 23,3%, Żydów 14% a Czechów 1%. Miasto zostało włączone do województwa śląskiego na prawach powiatu, ponieważ było ważnym węzłem komunikacyjnym na linii Kraków – Cieszyn i Zwardoń – Katowice.

Motorem, napędzającym lokalną gospodarkę, nadal było włókiennictwo. Przed 1929 rokiem znajdowało się tu około 130 zakładów włókienniczych. Polacy w tym okresie w Bielsku zajmowali zazwyczaj niższe stanowiska pracy niż Niemcy i Żydzi. Wynikało to nie tylko ze złej woli pracodawców, ale również ze słabego wykształcenia i niskich kwalifikacji Polaków. Proces polonizacji Bielska był więc dość długi, dopiero w roku 1929 roku wprowadzono wyłącznie polskie nazwy ulic. Wcześniej, w 1923 roku, wprowadzono język polski jako urzędowy, jednak petenci niemieckojęzyczni mieli prawo żądać tłumaczeń decyzji urzędowych.

Druga wojna światowa nie przyniosła Bielsku dużych strat materialnych, doprowadziła jednak do znaczącej zmiany w strukturze ludności. Mniejszość żydowska praktycznie zniknęła, natomiast mniejszość niemiecka została zmuszona do opuszczenia miasta – na jej miejsce przybyli ludzie z dawnych kresów wschodnich i całej Polski. 1 stycznia 1951 roku doszło do połączenia miast Bielska i Białej, czyli do sformalizowania stanu faktycznego. Lata PRL to okres prężnego rozwoju przemysłu w mieście, jak również przyrost ilości mieszkańców. W 1969 liczba ludności Bielska-Białej przekroczyła 100 tysięcy, co było związane dużym przyrostem naturalnym, napływem ludności i przyłączeniem okolicznych miejscowości do miasta. W 1975 roku w wyniku

reformy administracyjnej Bielsko-Biała stała się stolicą województwa. W latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych powstawały tu nowe osiedla mieszkaniowe i zakłady przemysłowe. Na szczególną uwagę zasługuje otwarta w mieście w 1972 roku fabryka samochodów małolitrażowych. W latach osiemdziesiątych miasto zostało dotknięte kryzysem społecznym i ekonomicznym. Po roku 1989 zaczęto zamykać zakłady przemysłowe, szczególnie włókiennicze. O ile w czasach świetności pracowało w nich 30 tysięcy osób, o tyle dziś przy produkcji nie pracuje więcej niż kilkaset. Podbeskidzie zaczęło się borykać z problemem bezrobocia. Dodatkowym ciosem dla miasta była utrata statusu wojewódzkiego w 1999. Dopiero wejście do Unii Europejskiej wzrosły w mieście inwestycje, pojawiła się znaczna ilość firm z kapitałem zagranicznym, co przyczyniło się do uruchomienia kolejnych miejsc pracy. Dziś Bielsko-Biała cieszy się jednym z najniższych wskaźników bezrobocia w Polsce²¹³.

Władze w Bielsku-Białej

Prezydentem Bielska-Białej jest Jacek Krywult. W wyborach 2002 i 2006 roku był reprezentowany przez Komitet Wyborczy Wyborców Jacka Krywulta. Wybory 2002 roku przyniosły następujący podział mandatów w Radzie Miejskiej Bielska-Białej:

- Koalicyjny Komitet Wyborczy SLD – UP – 9 mandatów;
- Komitet Wyborczy Wyborców RAZEM POLSCE – 3 mandaty;
- Komitet Wyborczy Stowarzyszenia „Wspólnota Samorządowa” w Bielsku-Białej – 3 mandaty;
- Komitet Wyborczy Wyborców Jacka Krywulta – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy LPR – 2 mandaty;
- Komitet Wyborczy Wyborców Unia dla Bielska-Białej – 2 mandaty.

Po wyborach roku 2006 w Radzie Miejskiej zasiadają przedstawiciele następujących komitetów:

²¹³ Opracowano na podstawie: K. Bąk, M. Bujakowski: *Historia Bielska i Białej / Bielska-Białej. Powstanie i rozwój Bielska-Białej*, [w:] <http://www.um.bielsko.pl/>, por też <http://www.bielsko.biala.pl/12,,,bazaDanych> i <http://pl.wikipedia.org/wiki/Bielsko-Bia%C5%82a#Bielsko-Bia.C5.82a> Bielsko-Biała.

- Komitet Wyborczy PiS – 8 mandatów;
- Komitet Wyborczy PO – 9 mandatów;
- Komitet Wyborczy Wyborców Jacka Krywulta – 6 mandatów;
- Komitet Wyborczy SLD – SDPL – PD - UP Lewica i Demokraci – 2 mandaty.

W obu interesujących nas kadencjach mamy więc do czynienia z sytuacją, kiedy prezydent nie ma większościowego poparcia w Radzie Miejskiej²¹⁴.

Media lokalne w Bielsku-Białej

Jedną z pierwszych gazet, wydawanych na terenie obecnego Bielska-Białej było ukazujące się w każdy piątek pismo związkowe „Robotnik Tkacki – Polski Organ Unii Tkaczy w Austrii”. Gazeta ukazywała się od 1907 roku.²¹⁵

Prawdziwy rozwój czasopiśmiennictwa nastąpił jednak dopiero po drugiej wojnie światowej. Szczególną uwagę należy tu zwrócić na regionalne gazety Dziennik Zachodni i Trybunę Robotniczą (później Trybunę Śląską) oraz ich lokalne wydania.

W 1956 roku powstała „Kronika Beskidzka”, jej pierwszym redaktorem naczelnym był Władysław Czaja, kierował on gazetą przez 20 lat. Już w 1971 roku pismo osiągnęło najwyższy spośród 25 ukazujących się w całym kraju tygodników lokalnych.²¹⁶ Na początku Kronika Beskidzka była dwutygodnikiem, później w roku 1957, aby sprostać oczekiwaniom czytelników, przekształcono ją w tygodnik. Po reformie administracyjnej 1975 roku redakcję Kroniki połączono z Głosem Ziemi Cieszyńskiej, tworząc „Kronikę”. Nowe pismo nie cieszyło się poparciem ludności, ponieważ było organem Komitetu Wojewódzkiego PZPR w Bielsku-Białej. Z tego powodu odszedł z niej wieloletni redaktor naczelny Władysław Czaja. Transformacja ustrojowa to czas, kiedy znów zaczynają się ukazywać dwa niezależne pisma – „Kronika Beskidzka” i „Głos Ziemi Cieszyńskiej”. W 1990 roku redaktorem naczelnym został Piotr Wysocki, który postanowił wraz z Teresą Madej odbudować dawną pozycję pisma. Dziś „KB” ma

²¹⁴ Dane za: pkw.gov.pl.

²¹⁵ H. Rechowicz *Bielsko – Biała – Zarys rozwoju miasta i powiatu*, „Śląsk” Katowice 1971, s. 113,

²¹⁶ Tamże s.582, por. też <http://www.bielsko.biala.pl/665,bazaDanych>.

nakład ok. 40 tys. egzemplarzy (okazjonalnie podnoszony do 50 – 60 tys.), sprawuje patronat nad wieloma imprezami kulturalnymi i sportowymi na Podbeskidziu²¹⁷.

W kwietniu 1992 roku z inicjatywy Wojciecha Fibaka zaczął się ukazywać na Podbeskidziu Dziennik Beskidzki, jednak gazeta utrzymała się na rynku medialnym zaledwie dwa lata. Było to spowodowane niedostatecznym rozeznaniem jej twórców w istniejącym rynku komunikowania lokalnego, na którym funkcjonowały już takie media jak Trybuna Śląska, Dziennik Zachodni, Wieczór, Kronika Beskidzka, powstawało właśnie Radio Delta oraz Radio Bielsko. Dziennik Beskidzki skupiał się na swoich łamach głównie na tematyce samego Bielska-Białej, pomijając kwestie dotyczące innych miejscowości, w związku z czym nie odpowiadał potrzebom mieszkańców i upadł ostatecznie w 1994 roku²¹⁸.

Dziś, oprócz lokalnego wydania Dziennika Zachodniego (jako regionalnej wersji Polska – The Times)²¹⁹ oraz Kroniki Beskidzkiej na rynku mediów w Bielsku-Białej mamy do czynienia z następującymi tytułami prasowymi:

- „Gazeta Bielska” – codzienny dodatek Gazety Wyborczej.
- „Gazeta Skrzynkowa” – wydawnictwo stricte reklamowe, jednak cieszące się dość dużym zainteresowaniem Bielszczan. Była to pierwsza gazeta kolportowana bezpłatnie w mieście, ukazuje się co dwa tygodnie²²⁰.
- „Kurier Bielski” – również pismo bezpłatne, obejmujące swym zasięgiem całe Podbeskidzie oraz Czechowice-Dziedzice, jednak nie cieszące się tak dużą popularnością jak „Gazeta Skrzynkowa”. Posiada

²¹⁷<http://www.kronika.beskidzka.pl/index.php3?wiecej=tak&menu=specjalne&tytul=wszystko%20o..>

²¹⁸ Więcej tytułów prasy lokalnej Bielska-Białej w: *Katalog prasy – radia – telewizji '91 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego* pod red. M. Jachimowskiego i M. Gieruli, Katowice 1991, s. 7-8; *Katalog prasy – radia – telewizji '93 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego. Poradnik reklamy* pod red. M. Jachimowskiego i M. Gieruli, Katowice 1993, s. 35-40; *Katalog prasy – radia – telewizji '94 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego. Poradnik medialno – reklamowy* pod red. M. Jachimowskiego, M. Gieruli i B. Grzonki, Katowice 1994, s. 31-37 oraz *Śląski przegląd medioznawczy. Katalog prasy – radia – telewizji '96 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego* pod red. M. Jachimowskiego, M. Gieruli i B. Grzonki, Katowice 1996, s. 37-37.

²¹⁹ <http://www.dz.com.pl/?redakcja,oddzialy,bielsko>.

²²⁰ <http://www.skrzynkowa.pl/>.

patronat Radia Bielsko. Ukazuje się raz w miesiącu a jego objętość to zaledwie 12 stron. Kurier jest kolportowany na głównych ulicach miasta, w centrach handlowych, sklepach, firmach, przychodniach, urzędach, imprezach targowych oraz poprzez własne stojaki ekspozycyjne. Pismo współpracuje ze znanymi bielskimi dziennikarzami – Jackiem Kachlem i Markiem Kowalskim²²¹.

- „Super-Nowa” jest gazetą internetową, mającą również swoje wydanie papierowe, jednak największą popularnością cieszy się wersja on-line, papierowa wersja ukazuje się zresztą nieregularnie i skupia się bardziej na publicystyce, niż na aktualnościach. Super-Nową tworzą dwie redakcje – bielska i żywiecka. Pismo jest znane z konfliktu z Newsweekiem, którego redakcję skrytykowało w jednej ze swych publikacji. Charakterystyczne dla niego jest dość agresywne dziennikarstwo, dociekliwość oraz krytyka skierowana przeciwko prezydentowi Jackowi Krywultowi i Radzie Miejskiej. Gazeta ma coraz więcej czytelników, również dzięki aktywnej kampanii reklamowej²²².
- „Gazeta Beskidzka” – pismo bezpłatne, informujące o działalności samorządów Podbeskidzia, publikuje też opinie i komentarze osób, mających wpływ na bieżącą politykę i życie codzienne. Ukazuje się od 2005 roku co miesiąc, czasami częściej.
- „Pełna Kultura” – bezpłatny miesięcznik informacyjno – kulturalny, publikujący zapowiedzi najbliższych imprez kulturalnych.
- „Magazyn Ilustrowany Bielskie Spotkania” – również pismo bezpłatne, kolorowe o bardzo atrakcyjnej szacie graficznej. Jest wydawany przez Fundację Rozwoju Miasta Bielska-Białej, dotyczy kultury, ciekawych miejsc w mieście, inicjatyw społecznych i gospodarczych, aktualności z życia miasta.
- „Mój Powiat” – miesięcznik wydawany przez starostwo powiatowe w Bielsku-Białej w formie elektronicznej i papierowej. Można w nim znaleźć wywiady z włodarzami powiatu, jak również z

²²¹ <http://www.kurier-bielski.cnm.pl/>.

²²² <http://www.super-nowa.pl/>.

przedstawicielami władz poszczególnych gmin. Informuje o bieżących działaniach władz, relacjonuje imprezy lokalne itd.

- „Magazyn Samorządowy w Bielsku-Białej” (opisany nieco dalej);

Pierwszą inicjatywą radiową w Bielsku-Białej było Radio Delta, które rozpoczęło nadawanie 13 kwietnia 1991. Działo do roku 2004, kiedy to połączyło się z grupą Ad Point, tworząc Radio Planeta. Radio Delta było początkowo radiem niszowym, jednak szybko zyskało wielu zwolenników. Szczególną popularnością cieszyły się konkursy radiowe. Radio patronowało wielu imprezom kulturalnym, sportowym i akcjom charytatywnym w mieście. Dzisiejsze Radio Planeta jest skierowane przede wszystkim do słuchaczy młodych, szczególnie ze względu na proponowaną muzykę (Dance, techno, house). W piątki i soboty emituje ono audycje z bielskich klubów, co przysparza mu zwolenników wśród młodych słuchaczy.

Radio Bielsko powstało w 1994 roku jako stacja adresowana do wszystkich. Jego powstaniu towarzyszyła akcja promocyjna i reklamowa, połączona z festynem, w którym wzięło udział kilkanaście tysięcy osób. Radio to pełni funkcję informacyjną – przekazuje najnowsze informacje o wydarzeniach z regionu, jak również o sytuacji na drogach. Muzycznie radio jest nastawione na pop, ze szczególnym uwzględnieniem utworów nieco starszych (lata 60 – 90), znanych wszystkim słuchaczom²²³.

Radio „Anioł Beskidów” zostało stworzone przez proboszcza parafii pod wezwaniem Jana Chrzciciela w Komorowicach księdza Tadeusza Nowoka. Jest to radio diecezji bielsko – żywieckiej. Występują w nim audycje religijne – modlitwy, transmisje mszy świętych i inne, jest jednak również miejsce na programy popularnonaukowe, kulturalne i sportowe oraz urozmaiconą muzykę. Radio nie emituje reklam – utrzymuje się z ofiar słuchaczy²²⁴.

Od roku 2000 funkcjonuje TV Bielsko przy firmie Vectra, która w założeniu jest alternatywą dla TVP Katowice. Telewizja nie cieszy się zbyt dużym zainteresowaniem mieszkańców, którzy skarżą się na niski poziom programów. Rozwój TVB jest związany ze współpracą ze studentami ATH. Stację odbierają

²²³ <http://www.radio.bielsko.pl/>.

²²⁴ <http://www.aniolbeskidow.pl/>.

wszyscy abonenci Vectry, a więc mieszkańcy wszystkich dużych osiedli w mieście²²⁵.

Jednym z większych portali miejskich jest www.bielsko.biala.pl, promowany przez „Kronikę Beskidzką” i BTV. Portal ma charakter informacyjno – reklamowy, możemy na nim znaleźć informacje z życia miasta, turystykę, sport, rozrywkę, zakupy, galerię, firmy, biznes i TV. W jego ramach funkcjonuje również forum, jest też możliwość prowadzenia blogów, co czyni np. jeden z bielskich radnych Janusz Okrzesik. Ze względu na charakter portalu, rozbudowany jest dział ogłoszeń, gdzie oprócz tradycyjnych reklam można znaleźć oferty bielskich sklepów, galerii, lokali itd.

Serwis www.bielsko.com.pl jest nieco uboższy, niż ten opisany powyżej, jednak skupia się głównie na informacji. Posiada, co prawda, Hyde Park i chat, jednak ich funkcjonowanie nie skłania do wyciągania wniosków o dużych możliwościach interakcji użytkowników. Ciekawe są publikowane na stronie statystyki policyjne.

Kolejny bielski portal to www.bielsko.pl. Serwis stworzyli studenci Akademii Techniczno – Humanistycznej w Bielsku-Białej. Dominuje tu tematyka kulturalna i sportowa, jednak nie brakuje też najważniejszych informacji z życia miasta, atutem jest również galeria. Portal cieszy się szczególnym zainteresowaniem ludzi młodych.

²²⁵ Informacje na podstawie <http://pl.wikipedia.org/wiki/Bielsko-Bia%C5%82a#Media> i własnego rozpoznania rynku radiowego autorki.

Magazyn samorządowy „W Bielsku-Białej”



Strona | 129

Magazyn Samorządowy „W Bielsku-Białej” jest wydawany przez Urząd Miejski. Ukazuje się od początku 2003 roku i zastąpił na rynku wydawany wcześniej „Magazyn Ratuszowy”. Słowo wstępne w pierwszym numerze napisał sam prezydent Bielska-Białej Jacek Krywult. Pismo jest bezpłatne, można je dostać w Urzędzie Miejskim, bibliotekach i osiedlowych domach kultury. Redakcję tworzą zaledwie z 4 osoby, w tym wspomniany już Jacek Kachel. Redaktor naczelną jest Agata Wolna. Nakład w badanym okresie wynosił 10 – 12,5 tys. egzemplarzy, wydań specjalnych – 5 – 12,5 tys. Egzemplarzy. Pismo jest organem władz samorządowych, więc oprócz aktualności wiele miejsca poświęca się w nim na komunikaty urzędowe. W piśmie kolorowa jest okładka, którą wydaje się na kredowym papierze, natomiast pozostała część gazety jest czarno – biała. Magazyn ukazuje się co dwa tygodnie, raz na kwartał wydawany jest też numer specjalny, który jest w pełni kolorowy i drukowany na kredowym papierze, więc rocznie wydawanych jest 30 numerów²²⁶.

²²⁶ Informacje na podstawie <http://pl.wikipedia.org/wiki/Bielsko-Bia%C5%82a#Media> oraz własnego rozpoznania rynku prasowego autorki.

BIERUŃ

Bieruń dawniej i dziś

Strona | 130

Bieruń leży w południowo – wschodniej części województwa śląskiego w dolinach lewobrzeżnych dopływów Wisły na trasach komunikacyjnych Tychy – Oświęcim i Mysłowice – Pszczyna. Obecne granice miasta zostały ustalone w roku 1991, w roku 2000 włączono do Bierunia część jego historycznych terenów. Powierzchnia miasta wynosi 4.031 ha, zamieszkuje ją 20.400 osób. Bieruń wspólnie z Lędzinami, Imielinem, Bojszowami oraz Chelmem Śląskim tworzy powiat ziemski, którego znaczna część agend znajduje się właśnie w Bieruniu.

Na terenie Bierunia znajdują się złoża węgla kamiennego (kopalnie Piast i Ziemowit, wchodzące w skład Nadwiślańskiej Spółki Węglowej). W momencie połączenia kopalni Piast z kopalnią Czeczott powstała największa pod względem wydobywania kopalnia w Europie. Oprócz węgla kamiennego, występują tu też złoża kruszyw żwiru i piasku, które jednak ze względów ekologicznych nie są eksploatowane. Poza przemysłem wydobywczym w Bieruniu występuje też przemysł chemiczny (Zakłady Tworzyw Sztucznych ERG – Bieruń) oraz spożywczy (Danone i Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska). W mieście jest zarejestrowanych ponad 1700 podmiotów gospodarczych.

Gmina Bieruń to, oprócz Bierunia Starego i Nowego, cztery wsie: Ściernie, Bijasowice, Jajosty i Czarnuchowice. O walorach turystycznych Bierunia stanowią: mała gęstość zaludnienia (506 osób na km. kw.), liczne rzeki i potoki, lasy oraz zachowane w dobrym stanie zabytki²²⁷.

Bieruń otrzymał prawa miejskie w roku 1387. O występowaniu osadnictwa na jego terenach świadczą wcześniejsze wzmianki w dokumentach, np. z roku 1272, 1360 i 1376. Historycznie używano nazw Bieron, Bierun (w zależności od pisowni). W źródłach historycznych nazwa de Beruna funkcjonuje od roku 1376. Śląsk znajdował się wtedy pod panowaniem czeskich Przemyślidów, nie można więc wykluczyć czeskiego rodowodu nazwy miasta. W 1824 roku wybudowano pierwszą na Górnym Śląsku szosę międzypaństwową, biegnącą z Wrocławia do Krakowa oraz jej skrzyżowanie ze starą drogą z

²²⁷Dane za: http://www.um.bierun.pl/index_polozenie.php.

Bytomia do Oświęcimia. W pierwszej połowie XIX wieku powstała w Zabrzegu (Solcu) nowa kolonia, którą zaczęto nazywać Nowym Bieruniem. Jej rozwój był związany z budową gmachu królewsko – pruskiego Urzędu Celnego, remizy towarowej, factorii solnej, gospody, szkoły podstawowej, apteki, masarni i piekarni. W Nowym Bieruniu znajdował się w tym czasie Główny Urząd Patentowy, a od 1850 roku również delegatura Sądu Powiatowego. Wszystko to przyczyniło się do napływu do osady urzędników celnych, funkcjonariuszy granicznych, urzędników pocztowych, nauczycieli, sędziów oraz rzemieślników i wykwalifikowanych robotników.

W 1853 roku wybudowano linię kolejową łączącą zabór pruski z austriackim, a biegnącą przez Nowy Bieruń, co przyczyniło się do napływu kolejnych grup zawodowych, w tym kolejarzy. W nazewnictwie zaczęto rozróżniać Nowy i Stary Bieruń mniej więcej od koniec XIX wieku.

Położenie na szlakach komunikacyjnych sprzyjało rozwojowi miasta. Szczególny rozkwit przeżywał Bieruń w połowie XVI wieku ze względu na uzyskane przywileje targowe – handlowano bydłem, solą, końmi, zbożem, wełną, rybami. Rozwijało się rzemiosło, kowalstwo, włókiennictwo i szewstwo. Już w 1525 powstał w mieście browar. W połowie XIX wieku otwarto w Bieruniu fabrykę zapalek, a w 1871 roku fabrykę dynamitu. Od wieku XVIII istniała tu Gmina Żydowska, która od 1812 roku posiadała bożnicę i cmentarz (ten zachował się do dziś).

W latach siedemdziesiątych XX wieku miast przeżywało swój drugi rozkwit. Wybudowano na jego terenie kopalnię „Piaś”, mleczarnię Śląsk (dziś Danone) i FSM (dziś Fiat Auto Poland). Na potrzeby pracowników FSM wybudowano w Bieruniu osiedle mieszkaniowe dla około 1500 osób. Jednak w tym okresie Bieruń nie był samodzielnym miastem, ponieważ w 1975 roku został włączony do Tychów. Niezależność odzyskał dopiero w roku 1991, kiedy to odzyskał status gminy miejskiej, jednak dawne osiedle przy FSM pozostało w granicach Tychów. Dopiero w 2000 roku, dzięki staraniom władz miasta osiedle Homera powróciło do Bierunia. Obecnie miasto ma powierzchnię 4.031 ha i ponad 20 tysięcy mieszkańców²²⁸.

²²⁸ Opracowano na podstawie: http://www.um.bierun.pl/index_historia.php.

Władze Bierunia

Burmistrzem Bierunia jest Ludwik Jagoda. W wyborach 2002 roku reprezentował go Komitet Wyborczy Stowarzyszenia Miłośników 600-letniego Bierunia, w 2006 roku Komitet Wyborczy 600 – letniego Bierunia. W skład Rady Miejskiej w kadencji 2002 – 2006 weszli kandydaci z list:

Strona | 132

- Koalicyjny Komitet Wyborczy Sojusz Lewicy Demokratycznej - Unia Pracy – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Stowarzyszenia Miłośników Ziemi Bieruńskiej "Porąbek" – 3 mandaty;
- Komitet Wyborczy Wyborców Mieszkańców Bierunia- 4 mandaty;
- Komitet Wyborczy Stowarzyszenia Gospodarczo-Ekologicznego "Nasz Region" – 2 mandaty;
- Komitet Wyborczy Stowarzyszenia Miłośników 600-letniego Bierunia- 10 mandatów;
- Komitet Wyborczy Stowarzyszenia "Samorządowa Wspólnota Obywatelska" – 1 mandat.

W roku 2006 ukonstytuował się następujący skład RM:

- Komitet Wyborczy „Porąbek” – 6 mandatów;
- Komitet Wyborczy 600 – letniego Bierunia- 5 mandatów;
- Komitet Wyborczy Wyborców Miłośników Bierunia Starego – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy PiS – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Stowarzyszenie Mieszkańców Bierunia – 2 mandaty²²⁹.

Zaplecze polityczne burmistrza Ludwika Jagody straciło więc prowadzenie w Radzie Miejskiej po wyborach w roku 2006.

Media lokalne w Bieruniu

Czasopiśmiennictwo w Bieruniu nie ma bogatej tradycji, jednak jeszcze przed drugą wojną światową ukazywały się tu gazety. W latach 1933 – 1934 wydano kilka numerów „Głosu Bieruńskiego”, w 1937 pojawiło się również niewiele wydań „Nowin Powiatu Pszczyńskiego”. Przez bardzo krótki okres

²²⁹ Dane za: <http://www.pkw.gov.pl>.

istniało też pismo L'esperance (nic nie wskazuje na to, by ukazał się więcej niż jeden numer), którego twórcą był Paweł Karwat. Tytuł był interesujący o tyle, że jego wydawca rozpoczął działalność nielegalnie, za co był szykanowany przez władze pruskie.

Trzeba powiedzieć, że „Głos Bieruński” i „Nowiny Powiatu Pszczyńskiego” były pismami o dość wyraźnych sympatiach politycznych. „Głos Bieruński” był organem Konfederacji – jednego z kilkunastu powstałych w Polsce ugrupowań o narodowo – socjalistycznym zacięciu. „Nowiny” zaś co prawda nie ujawniły swoich sympatii politycznych wprost, ale wiadomo, że obie gazety były związane z nazwiskiem Wiktora Świeżego, znanego z działalności we wspomnianych organizacjach politycznych²³⁰.

Współczesny rynek prasowy w mieście stanowią:

- „Nowa Rodnia” - jest gazetą niezależną, często polemizującą z „Rodnią”. Przez wiele lat jej redaktorem naczelnym był Zbigniew Zając, obecnie funkcję tę pełni Karol Tabaka. „Nowa Rodnia” jest miesięcznikiem (ale ukazuje się 13 numerów w roku, jedno dodatkowe na Boże Narodzenie), jej nakład wynosi 1300 – 1400 egzemplarzy. „Nowa Rodnia” liczy 12 stron, z czego 4 są kolorowe.
- „Bieruński Teleexpress” powstał z inicjatywy wspomnianego już Zbigniewa Zająca, który jest nauczycielem języka polskiego w bieruńskim liceum. Założeniem projektu jest zrealizowanie filmowej dokumentacji miasta i powiatu, jak również filmowego przeglądu wydarzeń. W jego przygotowywaniu bierze udział młodzież z „Klubu Filmowca”, który działa przy bieruńskim liceum. Teleexpress ukazuje się sporadycznie i jest dodawany na nośniku CD do „Nowej Rodni”, materiały można też oglądać na stronie YouTube²³¹.

²³⁰J. Czempas: *Bieruńskie gazety*, [w:] <http://www.um.bierun.pl/opracowania/ZH4.pdf>; zob. też: *Katalog prasy – radia – telewizji '93 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego*. Poradnik reklamy pod red. M. Jachimowskiego i M. Gieruli, Katowice 1993, s. 59; *Katalog prasy – radia – telewizji '94 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego*. Poradnik medialno – reklamowy pod red. M. Jachimowskiego, M. Gieruli i B. Grzonki, Katowice 1994, s. 55 oraz *Śląski przegląd medioznawczy. Katalog prasy – radia – telewizji '96 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego* pod red. M. Jachimowskiego, M. Gieruli i B. Grzonki, Katowice 1996, s. 57-58.

²³¹ Informacje o mediach w Bieruniu pochodzą z własnego rozpoznania rynku medialnego autorki.

- Na terenie powiatu bieruńsko – lędzińskiego ukazuje się też bezpłatna gazeta informacyjno – reklamowa „Kwadrat”. Jej nakład wynosi 15 tys. egzemplarzy.

Oficjalny portal internetowy Bierunia to www.um.bierun.pl. Możemy na nim znaleźć informacje praktyczne (np. rozkład jazdy autobusów), jak również kronikę policyjną, numery archiwalne „Rodni”, aktualności i ogłoszenia. Dostępne są też informacje o historii miasta, jego symbolach, tradycjach itd.

Na stronie www.powiatbl.pl znajdziemy dane teleadresowe wszystkich ważnych instytucji, aktualności, ogłoszenia, historię, jak również informacje o inwestycjach w mieście i stanie gospodarki. Aktywna jest tu elektroniczna książka podawcza, strona jest bardzo często aktualizowana. Oprócz informacji bieżących zawiera też odnośnik do BIP.

www.sblpowiat.info jest nieoficjalnym portalem powiatu, na którym można znaleźć aktualności, kronikę policyjną, rozkłady jazdy oraz forum, na którym mieszkańcy mogą wymieniać opinie na temat wielu spraw dotyczących najbliższej okolicy.

„Rodnia”



„Rodnia” powstała w roku 1992 jako miesięcznik gmin Bieruń, Łędziny, Bojszowy, Chelm i Imielin. Jej założycielami byli Józef Białożyty, Roman Horst, Józef Kaleta, Alojzy Lysko, Zbigniew Zając i Józef Zmieskol. Ponieważ każda z gmin dążyła do zwiększenia wpływów w piśmie, pozostało ono gazetą Bierunia, dziś jest wydawana przez Bieruński Ośrodek Kultury. Redaktorami „Rodni” Byli kolejno: Alojzy Lysko, Katarzyna Kowol, Irena Winder, a od 1998 roku jest nim Zbigniew Piksa. Do końca roku 2003 „Rodnia” ukazywała się w dużym formacie jako miesięcznik. Z początkiem 2004 roku zmieniono format na A4 i pismo stało się dwutygodnikiem. Od września 2006 roku do końca tego roku pismo

ukazywało się na kredowym papierze i w pełnym kolorze. Od początku 2007 roku zrezygnowano z kredowego papieru, kolorowa jest tylko okładka, pismo znowu jest miesięcznikiem. Nakład "Rodni" wynosi 1100 egzemplarzy, najczęściej liczy sobie 16 stron. Kilka stron w gazecie jest kolorowych, reszta – czarno – biała. W 1992 przeprowadzono badania nad zawartością "Rodni". Badaniem objęto 13 dostępnych wówczas numerów pisma. Okazało się wówczas, że 95,4% publikacji miało charakter lokalny. Najwięcej miejsca w piśmie poświęcono wówczas na ogłoszenia, uchwały i komunikaty urzędowe. (21,6%), kulturę (12,1%), historię (9,4%) oraz działalność władz samorządowych (9,2%). Autor wspomina, że problematykę potencjalnie niepolityczną często przedstawiano przez pryzmat instytucji związanych z władzami, jednak nie podaje stopnia upolitycznienia publikacji. Wydźwięk publikacji był przede wszystkim neutralny (89,3%), publikacje aprobatywne stanowiły niespełna 5% powierzchni a krytyczne 5,8%²³².

²³² S. Michalczyk *Gazeta lokalna jako element komunikacji społecznej (na przykładzie "Rodni")*, [w:] M. Barański (red.) *Społeczności lokalne i rozwój lokalnej demokracji*, Katowice 1993, s. 60 – 63.

ORNONTOWICE

Ornontowice dawniej i dziś

Strona | 136

Ornontowice są gminą położoną w powiecie mikołowskim w województwie śląskim. Powierzchnia gminy wynosi 15,1 km², zamieszkuje ją ponad 5,5 tysiąca osób.

Pierwsze wzmianki o Ornontowicach pochodzą z początku XIV wieku, dokładnie z roku 1305 (mówi się o Renoltowitz). 30 lat później istniała już w miejscowości parafia. W roku 1634 założono w Ornontowicach warzelnię soli a w 1680 pierwszą szkołę. Do XVII wieku Ornontowice stanowiły zwartą całość, w XVII wieku zaczęły się tworzyć przysiółki, których większość przetrwała do czasów obecnych:

- Marzankowice powstały na początku XVIII wieku. Ich część znajduje się obecnie w granicach administracyjnych Bujakowa, część należy do Ornontowic. Z zapisków historycznych wynika, że w Marzankowicach istniał już w roku 1770 tartak wodny. Nazwa przysiółka, prawdopodobnie, pochodzi od słowiańskiej bogini Marzanny, lub też od zioła o nazwie marzanka, które mogło być przez mieszkańców osady uprawiane ze względu na właściwości barwiące i zastosowanie w lecznictwie i kuchni.
- Beksza od roku 1930 administracyjnie podlega Gierałtowicom, jednak kiedyś stanowiła część Ornontowic. Kiedyś istniał tam folwark o nazwie Beksza (od nazwiska pierwszego osadnika folwarcznego z początków XVIII wieku). Aktualnie w przysiółku mieszka około 50 osób.
- Solarnia – w przysiółku tym prowadzono kiedyś produkcję soli kuchennej, stąd nazwa. Pierwsza wzmianka o przysiółku jest datowana na rok 1634. Ponieważ produkcja soli pochłaniała duże ilości drewna, ówcześni właściciele dóbr leśnych skarżyli się panom pszczyńskim na niszczenie lasów, co doprowadziło do zamknięcia warzelni. Było to spowodowane również tym, że naruszała ona monopol państwowy i cesarz widział w niej zagrożenie dla swoich interesów. Solarnia należy w całości do Ornontowic, mieszka tam około 65 osób.

- Żabik – leży przy drodze z Ornontowic do Dębieńska, jest to kilka domostw otoczonych bagnami i stawem (warunki sprzyjające bytowaniu żab, stąd nazwa). Część przysiółka zajęto pod budowę kopalni Budryk.
- Kolonia Graniczna i Nowe – jeszcze w 1831 rozparcelowano część dominialnych pól właściciela Ornontowic Porębskiego zwanych Łączysko, w trakcie czego doszło do utworzenia pięciu drobnych gospodarstw, które zostały wydzierżawione. Ich dzierżawcy w 1849 roku zostali stali się ich właścicielami – była to Kolonia Graniczna. W 1847 w jej okolicy powstał też Folwark Graniczny, przemianowany później na Nowy Dwór, który z czasem zaczęto nazywać Nowe. W 1884 roku obok Nowego powstała fabryka łańcuchów, która zatrudniała około 120 osób. Istniała ona 50 lat. Dziś przysiółki Kolonia Graniczna i Nowe są zamieszkałe przez właścicieli prywatnych posesji, nie ma tu już żadnych zakładów produkcyjnych.
- W pewnym okresie istniał też folwark Guznarowski, w którym prowadzono głównie hodowlę owiec. Dziś jest to przysiółek Oczków, podlegający Lasom Państwowym w Kobiórze, a zamieszkały jedynie przez emerytowanego gajowego.
- Kolonia „Zamkowa” prawdopodobnie została założona po roku 1773 w związku z osadnictwem chałupniczym. Leżała ona nieopodal majątku dworskiego, stąd nazywano ją zamkową²³³.

Pierwsza kopalnia węgla kamiennego Leopold powstała w Ornontowicach w roku 1798. W 1829 powstała też odkrywkowa kopalnia, jedna nigdy nie rozpoczęto w niej wydobywania. Kolejne lata to dalsze uprzemysłowienie Ornontowic – w 1860 powstał tu wielki piec do wytapiania rudy żelaza a w 1884 w przysiółku Kolonia Graniczna wspomniana już filia gliwickiej Fabryki Drutów, Łańcuchów i Gwoździ. Cztery lata później doprowadzono do wsi linię kolejową na potrzeby przemysłu, którą ekspediowano wyprodukowane w fabryce wyroby do Europy. W 1875 roku powstała w Ornontowicach pierwsza Ochotnicza Straż Pożarna, a już w 1903 zawodowa. W 1917 roku przybyły do Ornontowic Siostry Służebniczki NMP, które w 1923 roku zaczęły prowadzić przedszkole.

Po drugiej wojnie światowej rozwijała się w Ornontowicach działalność społeczna. W 1954 roku powstało Koło Gospodyń Wiejskich, w 1967 Koło Miłośników Róż (pierwsze w województwie i drugie w Polsce). W 1975 powołano Koło Emerytów i Rencistów, zaczął również swoją działalność zespół folklorystyczny Marzanki. Od roku 1985 istnieje klub piłkarski GKS „Gwarek”²³⁴.

W dwudziestoleciu międzywojennym Ornontowice znajdowały się w Autonomicznym Województwie Śląskim w powiecie rybnickim zaś po reformie administracyjnej 1975 roku należały do województwa katowickiego. Od roku 1991 Ornontowice są samodzielną gminą, w 1999 weszły w skład nowo powstałego powiatu mikołowskiego²³⁵. Ornontowice są dziś gminą rolniczą a jej głównym atutem jest kopalnia Budryk.

Gmina Ornontowice może się pochwalić kilkoma symbolami. Otóż, od 1993 roku posiada ona herb (orzeł biały plebiscytowy i Archanioł – patron miejscowej parafii oraz gminy). Herb ma honorować bohaterów okresu powstań śląskich²³⁶.

Od roku 2001 gmina posiada też sztandar oraz flagę²³⁷. W roku 2003 rozpoczęto w gminie akcję sadzenia bzów, co było związane z planowanymi na rok 2005 obchodami 700 –lecia Ornontowic. Sadzonki bzów zostały nieodpłatnie przekazane przez władze gminy mieszkańcom, którzy udostępnili miejsce do ich zasadzenia i zobowiązali się do ich pielęgnacji. Dziś bzy są elementem wizerunku Ornontowic, ich symbolika nawiązuje do szybkiego rozwoju i piękna miejscowości²³⁸. W 2005 roku władze gminy podjęły decyzję o przyznawaniu szczególnie zasłużonym dla rozwoju i promocji Ornontowic statuetki Ornontowickich Bzów. Corocznie przyznaje się więc 5 statuetek w kategoriach Działalność Społeczna, Przedsiębiorczy i Operatywni, Młodzi Aktywni, Młodzi Sportowcy i Dla Ornontowic. Wyjątkiem był rok 2005, kiedy kapituła przyznała aż 10 statuetek. Kandydatów do statuetek mogą zgłaszać: Rada Gminy, Wójt

²³⁴ <http://www.ornontowice.pl/index.php?act=gmina&id=109>.

²³⁵ <http://pl.wikipedia.org/wiki/Ornontowice>.

²³⁶ <http://www.ornontowice.pl/index.php?act=gmina&id=117>.

²³⁷ <http://www.ornontowice.pl/index.php?act=gmina&id=118>,
<http://www.ornontowice.pl/index.php?act=gmina&id=119>.

²³⁸ <http://www.ornontowice.pl/index.php?act=gmina&id=120>.

Gminy, organizacje społeczne i stowarzyszenia, Rada Parafialna, instytucje i zakłady pracy²³⁹.

W związku z obchodami 700 – lecia Ornontowic postanowiono również ogłosić konkurs na hejnał gminy. Oficjalnym Hejnałem Ornontowic została wyłoniona w drodze konkursu melodia napisana przez Stanisława Skrabla z Chorzowa, trwająca 80 sekund, która została przyjęta przez Radę Gminy 16 czerwca 2005 roku²⁴⁰.

Władze Ornontowic

Wójtem Ornontowic jest Kazimierz Adamczyk. W latach 2002 i 2006 był on wybierany z list Komitetu Wyborczego Wyborców „Dla Gminy i Powiatu”. W Radzie Gminy w latach 2002 – 2006 zasiadali radni z list:

- Komitet Wyborczy Wyborców „Dla Ornontowic” – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Wyborców „Dla Gminy i Powiatu” – 14 mandatów.

Natomiast po wyborach w roku 2006 miejsca w RG podzieliły się następująco:

- Komitet Wyborczy PSL – 4 mandaty;
- Komitet Wyborczy Wyborców „Dla Gminy i Powiatu” – 11 mandatów²⁴¹.

Ostatnie dwie kadencje są więc okresem niepodzielnych rządów grupy popierającej wójta Adamczyka w Ornontowicach.

Media lokalne w Ornontowicach

Przystępując do rozważań nad stanem komunikowania lokalnego w Ornontowicach należy przypomnieć, że gmina ta leży w powiecie mikołowskim, a to właśnie Mikołów był kolebką drukarstwa polskiego na Śląsku. Już w 1845 roku powstała tam pierwsza drukarnia, której właścicielem był Tomasz Nowacki. Od 1869 drukowano w niej tygodnik „Katolik”, który ukazywał się w Królewskiej

²³⁹ <http://www.ornontowice.pl/index.php?act=gmina&id=130>.

²⁴⁰ <http://www.ornontowice.pl/index.php?act=gmina&id=122>.

²⁴¹ Dane za <http://www.pkw.gov.pl>.

Hucie (Chorzów). W 1874 Miarka przeniósł się do Mikołowa i tam założył własną drukarnię, w której, oprócz „Katolika” ukazywały się inne pisma („Monika”, „Poradnik Gospodarczy”, „Rodzina”. „Katolik” drukowany był w Mikołowie do roku 1881, kiedy ostatecznie przeniesiono go do drukarni Franciszka Płochy w Królewskiej Hucie. Dwa lata później Karol Miarka – syn zaczął wydawanie corocznego „Kalendarza Maryańskiego”, co było początkiem tradycji wydawania kalendarzy na tym terenie. Pojawiło się też wiele nowych tytułów prasowych, które najczęściej nie ukazywały się dłużej, niż kilka lat. W wydawnictwie Miarki pracował Stanisław Ligoń, współredaktor „Kocindra” – pisma satyrycznego, które w 1922 zostało przeniesione do Katowic i zaczęło się ukazywać pod tytułem „Wesoły Karłus Górnośląski”. Od czasów przekazania drukarni synowi w 1878, w drukarni Miarki ukazywał się jeden tylko tytuł niemieckojęzyczny „Oberschlesische Rundschau”.

W dwudziestoleciu międzywojennym w latach 1925 – 1932 ukazywała się „Gazeta Mikołowska”, która wcześniej wychodziła w 1869 roku. W 1936 roku, po czteroletniej przerwie Kroppel – właściciel jednej z drukarni – postanowił wznowić wydawanie gazety, ale inicjatywa się nie powiodła – ukazało się 6 wydań wznowionego pisma, jednak mikołowianie nie wykazywali dużego zainteresowania reaktywowaną „Gazetą Mikołowską”.

W 1989 roku z inicjatywy działaczy „Solidarności” wszczęto wydawanie „Miarki” – lokalnego miesięcznika Mikołowa. Jego redaktorem został Paweł Targiel. Pismo przetrwało niecałe trzy lata. W 1991 roku władze miasta podjęły decyzję o wydawaniu własnego pisma pod tradycyjnym tytułem „Gazeta Mikołowska”, co przyczyniło się również do upadku „Miarki”. Redaktorem „Gazety Mikołowskiej” był do 1998 roku Bogusław Bromboszcz, do roku 2008 funkcję tę pełnił Marek Brzeźniak, dziś redaktorem naczelnym jest Bogdan Prejs. W ciągu kilku lat z małego kilkunastostronicowego tygodnika gazeta przekształciła się w średnio 60 – stronicowy miesięcznik z wieloma kolorowymi stronami. Jej nakład wynosi 4.800 egzemplarzy, pismo dociera do mieszkańców nie tylko samego Mikołowa, ale również całego powiatu²⁴².

²⁴² Opracowano na podstawie: B. Bromboszcz, R. Szendzielarz, *Drukarnia im. Karola Miarki w Mikołowie*, Mikołów 2005; J. Glensk: *Diariusz prasy polskiej na Śląsku*, t. I, Opole 1973 i II, Opole 1976 oraz K. Kossakowska – Jarosz: *Polskie kalendarze górnośląskie: szkic monograficzny*, Opole 1994; zob. też: *Katalog prasy – radia – telewizji '91 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego* pod red. M. Jachimowskiego i M. Gieruli, Katowice 1991, s. 23-56;

Dziś na rynku prasowym powiatu mikołowskiego mamy do czynienia z takimi tytułami, jak:

- „Koncern” – jest to pismo Południowego Koncernu Energetycznego SA. Jest to miesięcznik wydawany od 2001 roku²⁴³.
- „Galeria PIK” – pismo reklamowo – informacyjne. Ukazuje się bezpłatnie od 2005 roku.
- „Arkadia” – rocznik kulturalny (ok. 500 stron).
- Wspomniana już „Gazeta Mikołowska” – pismo samorządowe władz Mikołowa²⁴⁴.
- „Aktualności Powiatu Mikołowskiego” – bezpłatny miesięcznik, ukazuje się od 2004 roku²⁴⁵.
- W samych Ornontowicach, oprócz „Głosu Ornontowic”, który jest przedmiotem niniejszej analizy, ukazują się „Aktualności Ornontowickie” – bezpłatny miesięcznik wydawany przez Urząd Gminy, powielany na kserografie a traktujący o aktualnych działaniach władz.

Strona | 141

Powiat mikołowski nie może poszczycić się własnymi mediami elektronicznymi, jednak informacje na jego temat można usłyszeć w takich stacjach radiowych jak Radio Katowice, Radio EM, Radio Roxy FM, Radio Katolik, Radio FAN oraz w TV Silesia. Powiat posiada własną stronę internetową, na której można uzyskać informacje na temat struktury organizacyjnej starostwa powiatowego i jego jednostkach organizacyjnych, jak również o bieżących wydarzeniach, skróty sesji rady powiatu, ofert pracy itd. Wszystkie te informacje, jak również bieżącą prognozę pogody, aktualności kulturalne, wydarzenia, sport i ogłoszenia można znaleźć pod adresem emikolow.pl.

Katalog prasy – radia – telewizji '93 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego. Poradnik reklamy pod red. M. Jachimowskiego i M. Gieruli, Katowice 1993, s. 59-103; *Katalog prasy – radia – telewizji '94 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego. Poradnik medialno – reklamowy* pod red. M. Jachimowskiego, M. Gieruli i B. Grzonki, Katowice 1994, s. 55-125 oraz *Śląski przegląd medioznawczy. Katalog prasy – radia – telewizji '96 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego* pod red. M. Jachimowskiego, M. Gieruli i B. Grzonki, Katowice 1996, s. 57-136.

²⁴³ <http://www.pke.pl/dp/cms/content.xml?id=&mi=mid203&mp=mid203>.

²⁴⁴

Więcej

na:

http://www.mikolow.um.gov.pl/urząd.php?co=podstrona&id5=115&id_link=12&kat=12.

²⁴⁵ Strona internetowa pisma: <http://www.sip.mikolow.pl/aktualnosci/>.

Istnieje też portal gazety „Aktualności Powiatu Mikołowskiego” (www.sip.mikolow.pl/aktualnosci/), gdzie podawane są na bieżąco informacje z życia powiatu, kulturalne oraz rozrywka, istnieje również księga gości, fotogaleria itd.

Strona | 142

Same Ornontowice posiadają dwa portale internetowe. Pierwszy to oficjalna strona Urzędu Gminy, dostępna pod adresem www.ornontowice.pl, gdzie, oprócz praktycznych danych teleadresowych, struktury Urzędu czy bieżących informacji, możemy znaleźć materiały dotyczące historii gminy, jej tradycji i symboli. Drugi portal to „Wirtualne O! – rontowice” (wirtualne.ornontowice.pl) – niezależna strona, gdzie mieszkańcy mogą nie tylko dowiedzieć się, co się dzieje w gminie, ale również zamieścić ogłoszenia, skorzystać z zamieszczonych przepisów kulinarnych, przejrzeć galerię czy pisać bloga.

„Głos Ornontowic”



“Głos Ornontowic” jest obecny na lokalnym rynku od 1995 roku. Początkowo ukazywał się jako kwartalnik, od września 2005 roku jest miesięcznikiem. Dwa pierwsze numery miesięcznika ukazały się w pełnym kolorze, od października 2005 roku połowa stron w piśmie jest kolorowa, okładka jest drukowana na kredowym papierze. Pismo jest płatne, wydaje je Gminny Dom Kultury w Ornontowicach, jego redaktorem naczelnym jest Robert Ratajczak. Redakcja nie podaje w stopce redakcyjnej informacji na temat nakładu pisma.

PAWŁOWICE

Pawłowice dawniej i dziś

Strona | 143

Gminę Pawłowice zamieszkuje ponad 19700 osób²⁴⁶. Jest ona położona w powiecie pszczyńskim, jej powierzchnia wynosi 75 km². Gmina składa się z następujących sołectw: Jarząbkowice, Golasowice, Pielgrzymowice, Krzyżowice, Warszowice, Pawłowice i Pniówek. W obecnym kształcie administracyjnym gmina funkcjonuje od 1973 roku. Pod Pawłowicami znajdują się duże pokłady węgla kamiennego eksploatowane przez KWK Pniówek wchodzącą w skład Jastrzębskiej Spółki Węglowej²⁴⁷.

Pierwsza wzmianka o Pawłowicach pochodzi z roku 1281, jednak nie jest to data powstania wsi, ponieważ dokument mówi o wsi już istniejącej w tym roku. Dokument ten, wydany przez Księcia Władysława stanowi o nadaniu niejakiemu Wojanowi 50 łanów frankońskich na terenie Pawłowicz, co dawało mu prawa sołtysa. Sołectwo Wojana liczyło według dzisiejszych miar około 270 hektarów, stał się on z mocy prawa zwierzchnikiem miejscowej ludności, jak również tej przez niego sprowadzonej. W 1293 roku Książę Przemko potwierdził ojcowskie nadanie ziemi Wojanowi i dodał mu kolejne 30 łanów. Z tego, według ówczesnego Prawa Kolonizacyjnego, wydzielono 1 łan na potrzeby proboszcza, więc od tego roku możemy mówić o istnieniu parafii w Pawłowicach. Pierwszy drewniany kościół powstał tu prawdopodobnie na przełomie XIII i XIV wieku.

Ostatnim wolnym sołtysem Pawłowic był Brzęczek, którego nazwisko widnieje pod rokiem 1480. W tym samym roku pojawiła się tu rycerska rodzina Pawłowskich. W roku 1548 Państwo Pszczyńskie zakupił biskup wrocławski Baltazar von Promnitz. To właśnie on wytyczył dzisiejsze granice Pawłowic, które już wtedy były własnością rodziny Pawłowskich.

W XVI wieku powstał w Pawłowicach pierwszy murowany kościół w stylu gotyckim – był gotowy w 1596 roku.

²⁴⁶

<http://www.pawlowice.pl/asp/start.asp?tytul=gmina%20w%20liczbach&typ=informacje&id=64>.

²⁴⁷

<http://www.pawlowice.pl/asp/start.asp?tytul=położenie&typ=informacje&id=183>.

W Pawłowicach na przestrzeni wieków największe znaczenie odrywały trzy rody:

- Pawłowskich herbu Leliwa – sprawował władzę w Pawłowicach od 1480 roku do drugiej połowy XVII wieku. Pawłowice zawdzięczają mu herb i wspomniany XVI wieczny kościół.
- Gusnarów – Pawłowice należały do nich od początku XVIII do połowy XIX wieku. Ród ten wybudował w Pawłowicach pałac, który jednak nie przetrwał II wojny światowej.
- Reitzensteinów – przejęli oni władzę w Pawłowicach w drugiej połowie XIX wieku, ostatni jego przedstawiciel opuścił wieś tuż przed wkroczeniem wojsk radzieckich w 1945 roku.

Po wojnie dobra Reitzensteinów zostały znacjonalizowane i częściowo rozparcelowane między rolników.

Pawłowice, będąc częścią Śląska, od momentu swego powstania należały do różnych państw. Do XII wieku, jak wiadomo, Śląsk należał do Państwa Polskiego. W czasach rozbicia dzielnicowego został zhołdowany przez władców czeskich, później przeszedł we władanie Habsburgów, potem pod panowanie Prus, a w XIX wieku stał się częścią zjednoczonych Niemiec. Po I wojnie światowej Pawłowice należały już do Polski²⁴⁸.

Pawłowice od 1998 roku posiadają herb i flagę oraz sztandar. Widnieje na nich trójpałkowa korona, pod nią złota ostroga, poniżej niej dwie złote gwiazdy – wszystko na niebieskim tle. W gminie, oprócz zabytkowych budynków sakralnych i kapliczek, znajduje się zabytkowy zamek w Jarząbkowicach z 1798 roku, spichlerz w Krzyżowicach z 1884, rezydencję w Pielgrzymowicach z 1903 roku, która w latach 1945 – 1994 była używana jako szkoła, zamek w Golasowicach, pomnik ofiar wojny 1939 – 1945, mleczarnię z 1924 roku i inne²⁴⁹.

Władze Pawłowic

²⁴⁸

<http://www.pawlowice.pl/asp/start.asp?tytul=Historia%20Gminy&typ=informacje&id=85>.

²⁴⁹ <http://www.pawlowice.pl/asp/start.asp?tytul=Zabytki&typ=informacje&id=88>.

W badanym okresie ukazywania się „Racji Gminnych” (kadencje 2002 – 2006 i 2006 – 2010) wójtem gminy jest Damian Galusek, startujący z listy KW „Samorządni dla Gminy” w roku 2002 a w 2006 z listy „Samorządni dla Gminy Pawłowice”. Po wyborach samorządowych 2002 roku skład Rady Gminy przedstawiał się następująco:

- Komitet Wyborczy Wyborców „Rodzina, Wspólnota, Sprawiedliwość” – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Wyborców „Samorządni dla Gminy” – 8 mandatów;
- Komitet Wyborczy Wyborców „Jedność i Demokracja” – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Wyborców „Dla Osiedla” – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Wyborców Aleksandra Szymury – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Wyborców Andrzeja Tyszko – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Wyborców Zbigniewa Duszy – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Wyborców „Mądrze, tanio i skutecznie” – 1 mandat.

W roku 2006 po wyborach samorządowych ukonstytuował się następujący podział mandatów:

- Komitet Wyborczy Prawa i Sprawiedliwości – 2 mandaty;
- Komitet Wyborczy Wyborców „Samorządni dla Gminy Pawłowice” - 11 mandatów;
- Komitet Wyborczy Wyborców Danuty Lenik -1 mandat;
- Komitet Wyborczy Wyborców Jerzego Cepiel - 1 mandat²⁵⁰.

W będącym przedmiotem analiz okresie władzę w Pawłowicach sprawowała więc grupa sprzyjająca wójtowi Damianowi Galuskowi.

Media lokalne w Pawłowicach

Pierwsza oficyna drukarska została założona w Pszczynie w 1805 roku przez Carla Beniamina Feistela, który w 1806 roku otrzymał zezwolenie na używanie tytułu drukarza dworskiego²⁵¹. Feistel od stycznia 1806 roku wydawał pierwsze pszczyńskie czasopismo „Der Beobachter an der Weichsel”

²⁵⁰ Dane za: <http://www.pkw.gov.pl>.

²⁵¹ <http://rybnik.naszemiasto.pl/wydarzenia/457638.html>.

(„Obserwator znad Wisły). Tygodnik ten pisał o życiu dworu pszczyńskiego, ukazywał się do grudnia 1807 roku²⁵². Kolejnym pismem, ukazującym się na ziemiach pszczyńskich był „Tygodnik Polski Poświęcony Włościanom”, którego założycielem, wydawcą i drukarzem był Christian Schemmel (jeden z burmistrzów Pszczyny), a do którego pisali Józef Lompa, Karol Koczy i ksiądz Jan Dzierżoń. Pismo ukazywało się do 1847 roku.

W latach 1872 – 1879 ukazywał się „Szlązak” – pismo wydawane przez grupę członków Partii Rzeszy na Górnym Śląsku, poświęcone nauce, zabawie i wiadomościom politycznym. Jego redaktorem był Jan Nora. W dwudziestoleciu międzywojennym, w latach 1923- 1939, ukazywała się „Gazeta Urzędowa Powiatu Pszczyńskiego”²⁵³, która zawierała obwieszczenia władz i druki aktów prawnych. W 1930 roku zaczął się ukazywać „Głos Pszczyński”²⁵⁴. Pismo zniknęło z rynku na przełomie 1931 i 1932 roku. W 1935 do Pszczyny przeniesiono redakcję „Zarania Śląskiego” – najważniejszego czasopisma historyczno – kulturalnego Śląska tamtego okresu, które było organem Instytutu Śląskiego. Na jego łamach publikowali między innymi Julian Przyboś, Gustaw Morcinek, Stanisław Ligoń, Józef Ligęza i inni. W tym samym roku zaczął się ukazywać także „Głos Młodych” – pismo młodzieży pszczyńskich szkół średnich, ukazały się jednak tylko 4 numery.

Lata powojenne nie obfitowały w Pszczynie w wydawnictwa periodyczne, jednak w 1985 roku powstało w tym mieście Muzeum Prasy Śląskiej dla upamiętnienia bogatych tradycji prasowo wydawniczych na tym terenie²⁵⁵.

- W 1989 roku wznowiono wydawanie „Głosu Pszczyńskiego” przez Agencję Rozwoju Ziemi Pszczyńskiej, w której gmina Pszczyna

²⁵² Zob. R. Sput: *Początki górnośląskiej prasy*, [w:] <http://www.naszraciborz.pl/historia/tipafriend/0/376.html>.

²⁵³ Zob. <http://www.oss.wroc.pl/local/lwow/show.php?6225>.

²⁵⁴ <http://www.oss.wroc.pl/local/lwow/show.php?3425>.

²⁵⁵ Tytuły gazet powiatu pszczyńskiego, ukazujących się w latach 90. XX wieku w: *Katalog prasy – radia – telewizji '91 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego* pod red. M. Jachimowskiego i M. Gieruli, Katowice 1991, s. 23-56; *Katalog prasy – radia – telewizji '93 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego. Poradnik reklamy* pod red. M. Jachimowskiego i M. Gieruli, Katowice 1993, s. 59-103; *Katalog prasy – radia – telewizji '94 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego. Poradnik medialno – reklamowy* pod red. M. Jachimowskiego, M. Gieruli i B. Grzonki, Katowice 1994, s. 55-125 oraz *Śląski przegląd medioznawczy. Katalog prasy – radia – telewizji '96 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego* pod red. M. Jachimowskiego, M. Gieruli i B. Grzonki, Katowice 1996, s. 57-136.

ma swoje udziały. Gazeta jest obecnie dwutygodnikiem, jej nakład wynosi 2400 egzemplarzy. Jest to pismo poświęcone aktualnościom miejskim i powiatowym, posiada własną stronę internetową, jednak nie są na niej publikowane pełne teksty, a jedynie ich tytuły i skróty wiadomości.

- W 1990 roku ukazał się pierwszy numer „Pszczynskiego Niezależnego Orędownika Kulturalnego”. Jest to czasopismo historyczno – regionalne, nie tylko przybliżające wiedzę o historii miasta i regionu, ale również mające ambicje integrowania miejscowego środowiska kulturalnego. Nakład „Orędownika” wynosi jedynie 300 sztuk²⁵⁶.
- Na terenie powiatu pszczyńskiego ukazuje się też „Echo” – górnośląski tygodnik regionalny, traktujący o bieżących sprawach regionu, wydarzeniach kulturalnych i sportowych, inwestycjach itd. Do „Echa” dodawany jest program telewizyjny, co niewątpliwie wpływa na jego atrakcyjność w oczach czytelników.
- W Pszczynie ukazuje się również satyryczno – kulturalny miesięcznik „Traktorzysta Pszczyński”. Jest to pismo czarno – białe, z małą ilością reklam, dworujące sobie z polityków i gwiazd estrady, ale również prezentujące zupełnie na poważnie bieżące wydarzenia kulturalne.
- Na terenie powiatu ukazuje się też „Gazeta Pszczyńska” – dwutygodnik, który publikuje informacje na temat bieżących wydarzeń w powiecie. Są w nim zamieszczane też galerie nowożeńców, krzyżówki i dość duża ilość reklam²⁵⁷.

Pierwsza stacja radiowa na terenie obecnego powiatu pszczyńskiego powstała w roku 1994. Było to radio Plessino, które po dwóch latach funkcjonowania zmieniło nazwę na Mega FM. W swojej historii radio kilkakrotnie zmieniał swój profil muzyczny, kilka lat temu zdecydowano się emitować głównie muzykę dyskotekową, co sprawiło, że większość pszczynian odwróciła się od stacji. Radio na powrót zmieniło się więc w stację lokalną adresowaną do szerszej publiczności, również tej spoza powiatu pszczyńskiego.

²⁵⁶ Zob. <http://www.tnmp.pl>.

²⁵⁷ Strona gazety: <http://www.pszczynska.pl/>.

W 2006 roku stacja przeniosła się do Tych, dziś na jej falach można posłuchać radia Express.

Jeżeli chodzi o serwisy internetowe, to mamy do czynienia z pszczyńskim www.pless.pl, gdzie możemy znaleźć wszystkie informacje na temat miasta i powiatu – od aktualności, poprzez oferty różnego typu aż po możliwość wypowiedzenia się na forach. Strona działa od roku 2001 i jest rzeczywistym portalem społeczności całego powiatu i nie tylko.

W Pawłowicach działa strona www.pawlowice.pl – portal zawierający bardzo wiele informacji o samej gminie, jej urzędach, aktualnościach i historii, jednak funkcjonowanie strony pozostawia wiele do życzenia. Istnieją też strony ośrodków sportu, biblioteki czy domu kultury, jednak są one bardzo źle przygotowane, wiele linków jest nieaktywnych, w związku z czym faktyczne korzystanie z nich jest możliwe jedynie na stronie głównej.

„Racje Gminne”



“Racje Gminne” są jedynym pismem Gminy Pawłowice, wydawanym przez Gminny Ośrodek Kultury. Ukazują się od roku 1993, ich redaktor naczelną jest Sabina Bartecka. Nakład pisma wynosi 1200 - 1650 egzemplarzy, ukazuje się ono co dwa tygodnie. Racje są płatne. Wydawane są w formacie A4, okładka jest kolorowa i drukowana na kredowym papierze, pozostałe strony są czarno-białe. W latach 2003 – 2007 nie nastąpiła żadna radykalna zmiana szaty graficznej pisma, jednak dość często zmieniano winietę tytułową – w kwietniu 2004, styczniu 2006 i 2007 roku.

SOSNOWIEC

Sosnowiec dawniej i dziś

Strona | 149

Sosnowiec jako miasto może się poszczycić zaledwie stu paroletnią historią, ponieważ prawa miejskie uzyskał w roku 1902, jednak osadnictwo na tych terenach sięga czasów piastowskich.

Pierwsze wzmianki o Zagórz (dziś dzielnica miasta) pochodzą z roku 1228, na ten sam rok są datowane pierwsze zapiski o Klimontowie. Dokumenty z XIV wieku wymieniają takie wsie jak Milejowice i Pogonia, 200 lat później pojawiają się zapiski o Mrowisku (późniejszy Modrzejów) i o Niwce.

Najstarszym zabytkiem w mieście jest Zamek Sielecki, o którym pierwsze wzmianki pochodzą z 1403 roku, kiedy to na miejscu obecnego zamku stała średniowieczna fortalicja, z której do dziś się nie zachowały żadne szczątki.

Obecne tereny Sosnowca wchodziły w skład Księstwa Siewierskiego i należały do książąt śląskich, później znalazły się pod panowaniem biskupów krakowskich. Od 1709 należały do Korony Polskiej zaś po trzecim zaborze tereny te znalazły się pod panowaniem pruskim, od 1807 należały do Księstwa Warszawskiego a w 1815 znalazły się w granicach Królestwa Polskiego.

W XIX wieku Sosnowiec (a raczej jego tereny) bardzo dynamicznie się rozwijał. Było to związane z odkryciem tu bogatych złóż węgla kamiennego oraz rozwojem kolei. Z początkiem XIX wieku powstały pierwsze kopalnie węgla kamiennego – „Nadzieja Ludwika”, „Maurycy”, „Pogoń”, „Ostra Górka”, „Wiktor” i „Szarlota”. W roku 1822 uruchomiono też huty cynku „Anna”, „Ludwik” i „Milowice”, nieco później powstała walcownia blachy cynkowej „Emma” i fabryka bieli cynkowej. W kolejnych latach powstawały następne zakłady przemysłowe (kopalnie, huty, przędzalnia wełny czy fabryka kotłów parowych), co skłoniło mieszkańców i przedsiębiorców do starania się o nadanie praw miejskich. Pierwsze próby uzyskania statusu Miejskiego datowane są na rok 1885, jednak prawa nadano Sosnowcowi 17 lat później, kiedy to car Mikołaj II wydał ukaz o utworzeniu z osiedla Sosnowice wraz z przylegającymi do niego osiedlami Gzichów, Sielce, Stary Sosnowiec, Pogoń, Ostra Górka, Kolonia Radocha i osady Blumentala z Niwki miasta niepowiatowego z nazwą Sosnowice.

Jego powierzchnia wynosiła wówczas 19 km² a ludność około 60 tys. Już 12 lat później Sosnowiec liczył 118 tys. mieszkańców, włączono też do niego kolejne dzielnice – Konstantynów z Pekinem i Środulą, Milowice, Dębową Górę, Modrzejów i dwór Zagórze. W 1953 roku dołączono też Niwkę, Dańkówkę, Bór, Bobrek i Jęzor a w 1975 roku jeszcze Kazimierz Górniczy, Porąbkę, Klimontów, Maczki i Zagórze. W 1904 roku opracowano herb miasta.

Po pierwszej wojnie światowej szybko odbudowano przemysł w Sosnowcu, powstało wiele nowych zakładów. Od 1927 roku Sosnowiec był siedzibą Izby Przemysłowo – Handlowej. Po drugiej wojnie światowej również bardzo szybko zaczęto odbudowywać strukturę przemysłową miasta, szczególnie nacisk kładąc na przemysł ciężki – inwestowano więc w huty, kopalnie i zakłady budowy maszyn. Największy rozwój miasta przypada na lata siedemdziesiąte XX wieku, czyli na epokę Edwarda Gierka – sosnowiczana, który przez historyków bywa oceniany bardzo różnie, jednak wśród mieszkańców miasta cieszy się ciągłym uznaniem. W tym czasie powstały w mieście liczne osiedla, przebudowano też system drogowy.

Lata dziewięćdziesiąte to, z jednej strony, powstanie silnego samorządu gminnego, rozwój handlu i usług, a z drugiej, upadek wielu gałęzi przemysłu i zamknięcie wielu zakładów.

Dziś Sosnowiec jest powiatem grodzkim. Jego powierzchnia wynosi obecnie 91,2 km² a ludność we wrześniu 2007 roku sięgała prawie 223 tys. mieszkańców. Wizytówką Sosnowca stało się w ostatnich latach przebudowane centrum miasta wraz z dworcem PKP²⁵⁸.

Władze Sosnowca

W okresie badania pisma „Kurier Miejski” prezydentem Sosnowca jest Kazimierz Górski, reprezentowany w wyborach samorządowych w 2002 roku przez Koalicyjny Komitet Wyborczy Sojusz Lewicy Demokratycznej – Unia Pracy a w roku 2006 przez Komitet Wyborczy SLD – PD – UP Lewica i Demokraci. Skład Rady Miejskiej Sosnowca po wyborach 2002 przedstawiał się następująco:

²⁵⁸ Przygotowano na podstawie: J. Ziółkowski: *Sosnowiec. Drogi i czynniki rozwoju miasta przemysłowego*, Katowice 1960 oraz <http://www.um.sosnowiec.pl/default.aspx?docId=50>.

- Koalicyjny Komitet Wyborczy SLD – UP – 19 mandatów;
- Komitet Wyborczy Wyborców Porozumienie Samorządowe "Sojusz dla Sosnowca" – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Liga Polskich Rodzin – 1 mandat;
- Komitet Wyborczy Wyborców Platforma Sprawiedliwości i Wolności z Karolem Winiarskim dla Sosnowca – 7 mandatów.

Wybory 2006 roku przyniosły następujący skład Rady Miejskiej:

- Komitet Wyborczy Prawo i Sprawiedliwość – 7 mandatów;
- Komitet Wyborczy Platforma Obywatelska – 8 mandatów;
- Komitet Wyborczy Wyborców Winiarski – Komitet Rozwoju Sosnowca – 2 mandaty;
- Komitet Wyborczy SLD –SDPL-PD-UP Lewica i Demokraci – 11 mandatów²⁵⁹.

Można powiedzieć, że w obu kadencjach władza w mieście należała do osób sprzyjających prezydentowi Kazimierzowi Górskiemu, choć ich przewaga zmniejszyła się o 8 mandatów po wyborach 2006 roku.

Media lokalne w Sosnowcu

Prasa lokalna miała początkowo w całym Zagłębiu Dąbrowskim trudne warunki dla rozwoju, co było związane z działaniami zaborcy rosyjskiego, ograniczającego inicjatywy prasowo wydawnicze. Dodatkowo w regionie brakowało profesjonalnych dziennikarzy.

Pierwszym pismem, ukazującym się w Zagłębiu był „Górnik” – wydawany nielegalnie periodyk Polskiej Partii Socjalistycznej, który funkcjonował w latach 1897 – 1905. Po rozłamie w PPS obie frakcje wydawały pismo niezależnie. W roku 1917 ukazała się jednodniówka pod tym samym tytułem, poświęcona wyborom do Rad Miejskich Zagłębia. W 1919 wznowiono jego wydawanie w Dąbrowie, później zmienił on nazwę kolejno na „Wiadomości Zagłębia” i w 1924 na „Głos Zagłębia”.

²⁵⁹ Dane za: <http://www.pkw.gov.pl>.

W latach 1901 – 1905 ukazywał się tygodnik „Przemysłowo – handlowy Kurier Sosnowiecki”, który był pierwszą legalnie wydawaną gazetą na tym terenie. Ukazywał się jako tygodnik, ponieważ ówczesne prawo przewidywało cenzurę prewencyjną, której właściwy dla Sosnowca organ znajdował się w Łodzi, więc wydawanie pisma o większej częstotliwości było niemożliwe. Założył go Włodzimierz Talko – lekarz z Sosnowca. Później czasopismo odkupił adwokat Stanisław Wierzbowski. Gazeta była tworzona przez profesjonalnych dziennikarzy, do jej redaktorów należał między innymi Konstanty Prus – wybitny historyk i działacz narodowy Górnego Śląska. Od roku 1905 gazetą kierował Józef Dąbrowski, członek Warszawskiego Komitetu Robotniczego PPS. Gazeta została zlikwidowana w połowie 1905 roku przez endeckich wydawców. Mimo nazwy, pismo było adresowane do wszystkich mieszkańców Zagłębia Dąbrowskiego, a koncentrowało się na kwestiach życia gospodarczego tego terenu²⁶⁰.

Wydawanie dzienników stało się możliwe dopiero w roku 1906, kiedy to cenzurę prewencyjną zastąpiono represyjną. Powołano wtedy do życia dziennik „Głos Zagłębia”, który jednak nie ukazywał się długo (prawdopodobnie wydawano go tylko w roku 1906 właśnie). Od roku 1907 wydawano kolejny dziennik „Kurier Zagłębia”²⁶¹. W latach kolejnych powstawały następne tytuły („Iskra”, „Goniec Zagłębia”, „Gazeta Zagłębia”, „Życie Zagłębia”), również wiele żydowskich czasopism w języku jidysz. W dwudziestoleciu międzywojennym wiele gazet przestało istnieć bądź zmieniło właścicieli. Powstawały liczne tytuły związane z konkretnymi opcjami politycznymi czy środowiskami robotniczymi. Do najbardziej znanych w tym czasie pism należał założony w 1926 roku „Ekspress Zagłębia”, który przetrwał aż do początku drugiej wojny światowej. W tym okresie „Iskra” została przekształcona w „Kurier Zachodni – Iskrę” i była gazetą opozycyjną²⁶². W czasie drugiej wojny światowej ukazywały się tytuły konspiracyjne z inicjatywy środowisk podziemnych²⁶³.

Po drugiej wojnie światowej możliwości wydawania prasy były ograniczone głównie z powodu uniemożliwiania przez nowe władze swobodnej inicjatywy prasowo – wydawniczej. Początkowo ukazywała się więc w Zagłębiu

²⁶⁰ E. Gondek: *Sto lat dziejów prasy w Sosnowcu*, [w:] E. Kosowska (red.): *Instytucje kultury a środowiska twórcze Sosnowca*, Sosnowiec 2002, s. 91-92.

²⁶¹ Ibidem, s. 93.

²⁶² Sosnowieckie ABC tom II, Muzeum Miejskie w Sosnowcu 2003, s. 23-24.

²⁶³ Sosnowieckie ABC tom III, Muzeum Miejskie w Sosnowcu 2004, s. 44-45.

jedynie „Zagłębiowska Trybuna Robotnicza” – mutacja katowickiej „Trybuny Robotniczej”. W roku 1956 powstał tygodnik „Wiadomości Sosnowieckie”. Pod tym tytułem ukazywał się przez trzy lata, by w roku 1959 zmienić nazwę na „Wiadomości Zagłębia”. W 1971 miała miejsce kolejna zmiana nazwy pisma, tym razem na „Zagłębie”, zmieniono wtedy również szatę graficzną. Pismo wydawano regularnie aż do stanu wojennego, kiedy to zostało zawieszone na kilka miesięcy.

Po likwidacji RSW „Prasa – Książka – Ruch” zarejestrowano Sosnowiecką Spółdzielnię Pracy Dziennikarzy, która zajęła się dalszym wydawaniem tygodnika. Pod koniec 1990 roku na rynku pojawił się dwutygodnik „Ekspres Sosnowiecki”, który w 1991 roku zmienił nazwę na „Ekspres Zagłębiowski”. Pismo przestało się ukazywać po śmierci swojego twórcy Jana Przemszy – Zielińskiego w 1999 roku. Od października 1998 ukazywało się „Nowe Zagłębie”²⁶⁴.

Pod koniec roku 1991 z inicjatywy Rady Miejskiej w Sosnowcu powołano Sosnowiecką Korporację Wydawniczą. Powstała ona na potrzeby wydawania pisma samorządowego. Pierwszy numer „Kuriera Miejskiego” ukazał się w roku 1992. Pismo kilkakrotnie zmieniało swoją częstotliwość ukazywania się – początkowo było miesięcznikiem, przez pewien okres tygodnikiem, potem dwutygodnikiem, by stać się znowu miesięcznikiem.

Dziś w Sosnowcu ukazują się między innymi następujące tytuły prasowe:

- „Wiadomości Zagłębia” – są obecnie własnością Wyższej Szkoły Humanitas w Sosnowcu. Pismo tworzy odmłodzony zespół reporterski, w skład którego wchodzi również studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Pismo ma charakter publicystyczny, publikuje wiele materiałów analitycznych,

²⁶⁴ Więcej na temat historii prasy Zagłębia *Sto lat dziejów prasy w Sosnowcu*, E. Gondek [w:] E. Kosowska (red.), *Instytucje kultury a środowiska twórcze Sosnowca*, Sosnowiec 2002; prasa Sosnowca lat 90. XX wieku w: *Katalog prasy – radia – telewizji '91 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego* pod red. M. Jachimowskiego i M. Gieruli, Katowice 1991, s. 51; *Katalog prasy – radia – telewizji '93 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego. Poradnik reklamy* pod red. M. Jachimowskiego i M. Gieruli, Katowice 1993, s. 96-96; *Katalog prasy – radia – telewizji '94 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego. Poradnik medialno – reklamowy* pod red. M. Jachimowskiego, M. Gieruli i B. Grzonki, Katowice 1994, s. 111-113 oraz *Śląski przegląd medioznawczy. Katalog prasy – radia – telewizji '96 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego* pod red. M. Jachimowskiego, M. Gieruli i B. Grzonki, Katowice 1996, s. 120-122.

opiniotwórczych i popularnonaukowych. Redaktor naczelną jest Jadwiga Krzeszowiec²⁶⁵.

- „Dziennik Zachodni” – Oddział Sosnowiec – jest jedną z 22 mutacji lokalnej Dziennika Zachodniego. Dziś dodatek sosnowiecki ukazuje się raz w tygodniu (w piątek)²⁶⁶.
- „Niedziela Sosnowiecka” – dodatek do ogólnopolskiego Tygodnika Katolickiego Niedziela. Trafia do czytelników nie tylko za pośrednictwem parafii i świątyń, ale jest również kolportowana w kioskach Ruch²⁶⁷.

Strona | 154

Radio ESKA – Śląsk powstało w 1994 roku jako radio Rezonans. Głównym udziałowcem jest gmina Sosnowiec, pozostali akcjonariusze to Radio ESKA SA i Uniwersytet Śląski. Radio jest skierowane do ludzi młodych, w przedziale wiekowym 15 – 35 lat. Największym autem rozgłośni jest proponowana muzyka, radio patronuje wielu wydarzeniom kulturalnym i muzycznym na terenie Zagłębia.

Główną stronę Urzędu Miasta Sosnowca możemy znaleźć pod adresem www.um.sosnowiec.pl. Na stronie zamieszczane są informacje dotyczące życia miasta, działalności lokalnych władz, struktura Urzędu, jak również aktualności kulturalne, sportowe, społeczne, informacje praktyczne o działalności różnego rodzaju instytucji. Inne warte odwiedzenia strony Sosnowca to:

- www.bip.um.sosnowiec.pl
- www.sosnowiec.info.pl
- www.sosnowiec.naszemiasto.pl
- www.sosnowiecfakty.pl

²⁶⁵ www.wiadomoscizaglebia.pl.

²⁶⁶ <http://www.dz.com.pl/?redakcja,oddzialy,sosnowiec>.

²⁶⁷ Zob. http://www.niedziela.pl/artukul_w_niedzieli.php?doc=wsjubileusz&nr=56.

„Kurier Miejski” jest wydawany od 16 lat, jego obecny nakład wynosi 25 tys. egzemplarzy. Pismo jest bezpłatne. Jego pierwszym redaktorem naczelnym była Jolanta Pieczka (do 1993). Później funkcję tę pełnił Andrzej Osajda (do 1997 roku). W latach 1997 – 2005 redaktorem naczelnym Kuriera był Kazimierz Gołosz. Obecny redaktor naczelny i prezes spółki Jarosław Adamski przejął funkcję na początku 2006 roku, zbiegło się to ze zmianą szaty graficznej pisma i częstotliwości ukazywania się. Obecnie dołączany jest do niego dodatek SOSNart o tematyce artystyczno – kulturalnej (wcześniej funkcję tę pełnił „Kurier Literacki”) ²⁶⁸. Pismo jest poświęcone głównie działalności instytucji miejskich, ale nie stroni od tematyki społecznej czy kulturalnej. Zawartość pisma jest wypadkową potrzeb wydających je władz i oczekiwań odbiorców. Zgodnie z wynikami badań, w 2000 roku „Kurier Miejski” czytało 7,9% ludności Sosnowca powyżej 14 roku życia²⁶⁹, jednak tylko 14,3% z tej grupy skłonne było do stwierdzenia, że pismo dobrze wywiązuje się ze swoich zadań²⁷⁰. W latach roku 1997 w piśmie zawartość materiałów o tematyce lokalnej wyniosła 21% a w 1998 już tylko 11,9%. 90% tych publikacji dotyczyło Sosnowca jako całości, a nie poszczególnych jego części. ²⁷¹ W latach tych dominującą tematyką była działalność samorządu (19,8%), sport i turystyka (19,7%), kultura, oświata i nauka (19,3%) oraz życie społeczne i obyczajowe (15,2%)²⁷². Przeważały

²⁶⁸ www.kuriermiejski.com.pl.

²⁶⁹ M. Gierula: *Sosnowiec jako przestrzeń komunikacyjna mediów periodycznych*, [w:] J. Wódz (red.): *Rocznik Sosnowiecki 2003. Kulturowy obraz miasta*, Sosnowiec 2004, s. 6.

²⁷⁰ Ibidem, s. 70.

²⁷¹ M. Gierula: *Kurier Miejski i Radio Rezonans na tle rozwoju mediów lokalnych*, [w:] K. Gołosz (red.): *Rocznik Sosnowiecki 1998. Samorządne społeczeństwo*, Sosnowiec 1999, s. 135.

²⁷² Ibidem, s. 136.

publikacje o neutralnym wydźwięku – 85,1%, aprobatywnych tekstów było 11,1% a krytycznych 3,8%²⁷³.

ROZDZIAŁ V – ZAWARTOŚĆ WYBRANYCH PERIODYKÓW SAMORZĄDOWYCH WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

²⁷³ Ibidem, s. 137.

ANALIZA ZAWARTOŚCI JAKO METODA BADANIA PRZEKAZU W KOMUNIKOWANIU MASOWYM

Strona | 157

Analiza zawartości prasy, według definicji Walerego Pisarka, *jest zespołem różnych technik systematycznego badania strumieni lub zbiorów przekazów, polegającego na możliwie obiektywnym (w praktyce zwykle: intersubiektywnie zgodnym) wyróżnianiu i identyfikowaniu ich możliwie jednoznacznie skonkretyzowanych, formalnych lub treściowych elementów oraz na możliwie precyzyjnym (w praktyce: ilościowym) szacowaniu rozkładu występowania tych elementów i na głównie porównawczym wnioskowaniu, a zmierzającego przez poznanie zawartości przekazów do poznania innych elementów i uwarunkowań procesu komunikacyjnego*²⁷⁴. W literaturze przedmiotu pojawiło się kilka definicji tej metody badawczej, oto niektóre z nich:

- Walizer i Wienir w 1978 roku zaproponowali następującą definicję: jest to wszelka systematyczna procedura mająca na celu zbadanie treści zapisanej informacji;
- Krippendorff w 1980 roku twierdził, że jest to technika badań, której celem jest ustalenie powtarzalnych i trafnych związków między danymi a ich kontekstem;
- Kerlinger w 2000 roku pisał, że analiza treści to metoda badania i analizowania informacji w systematyczny, obiektywny i ilościowy sposób w celu dokonania pomiaru zmiennych²⁷⁵.
- J. Fiske natomiast w następujący sposób definiuje analizę treści: Analiza treści ma na celu stworzenie obiektywnego, mierzalnego i podlegającego weryfikacji zestawienia jawnej treści przekazu. Analiza ta bada denotatywny porządek sygnifikacji. Działa przez identyfikowanie i liczenie wybranych elementów systemu komunikacyjnego²⁷⁶.

²⁷⁴ W. Pisarek: *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983, s. 45.

²⁷⁵ R. Wimmer, J. Dominick: *Mass media. Metody badań*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008, s. 211.

²⁷⁶ J. Fiske: *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Astrum, Wrocław 2008, s. 172.

Jak twierdził B. Berelson, poprawna analiza zawartości powinna charakteryzować się czterema cechami: 1) *musi uwzględniać tylko syntaktyczne i semantyczne elementy przekazu*; 2) *musi być obiektywna*; 3) *musi być systematyczna*; 4) *musi być ilościowa*²⁷⁷. Według Fiskego: *To, co będzie liczone zależy tylko od badacza*. Jedyne kryterium jest następujące: elementy te powinny być czytelne i łatwe do identyfikacji, a ponadto powinny występować na tyle często, żeby można było zastosować do ich badania metody statystyczne²⁷⁸. Analiza treści nie może być selektywna. Musi zawierać całość przekazu lub ich systemu, lub też prawidłowo przygotowaną próbkę²⁷⁹. Jak twierdzą, Wimmer i Dominick, analiza treści powinna się charakteryzować systematycznością, obiektywnością i ilościowością²⁸⁰.

Można więc stwierdzić, że warunki sformułowane przez Berelsona nie straciły swej aktualności i, w większym lub mniejszym stopniu, wciąż są wytyczną dla badaczy, zajmujących się analizą zawartości prasy. Uwzględnianie tylko syntaktycznych i semantycznych elementów wypowiedzi wymaga od badacza, aby analizie poddawał jedynie treść informacji, nie wnioskując przy tym na temat ukrytych intencji, jakie może ona wywołać czy też potencjalnych reakcji odbiorcy. Warunek ten rzadko jest w rzeczywistości spełniany, gdyż nie wszystkie treści komunikatów można rozumieć wprost, biorąc pod uwagę ich znaczenie wynikające z warstwy językowej (np. wypowiedzi ironiczne). Wymaganie, aby badanie było obiektywne, czyli aby według kategorii sformułowanych przez jednego badacza inny mógł dokonać identycznej kategoryzacji tego samego przekazu również nie jest do końca możliwe do spełnienia. Mówi się więc obecnie raczej o intersubiektywnej zgodności, pozwalającej badaczom z jednego kręgu kulturowego na identyczną kategoryzację, a nie o obiektywności, która zakłada, że każdy badacz, niezależnie od uwarunkowań kulturowych i psychospołecznych, dokona takiej samej klasyfikacji. Wymóg systematyczności sprowadza się do tego, że niedopuszczalne

²⁷⁷ B. Berelson: *Kontent Analysis in Communication Research*, Glencoe 1952, cyt za: W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983, s. 29.

²⁷⁸ J. Fiske: *Wprowadzenie do badań...*, s. 172.

²⁷⁹ Ibidem, s. 173.

²⁸⁰ R. Wimmer, J. Dominick: *Mass media...*, s. 210 – 211.

jest, aby do badania wybierać tylko te elementy przekazu, które potwierdzają tezę badacza czy też odpowiadają jakiemuś problemowi naukowemu. Idealem jest, aby badać całość przekazów (na przykład wszystkie numery pisma), nie zawsze jest to jednak możliwe. Dlatego do analizy wybiera się próbę reprezentatywną dla całości drogą bądź to zwykłego losowania, bądź doboru warstwowego, bądź to według innych kryteriów odpowiadających wymogom statystyki badań społecznych, nigdy natomiast według własnego uznania. Systematyczny musi też być sam proces oceny – wszelka treść, którą się zajmujemy, musi być traktowana dokładnie tak samo. Systematyczna ocena oznacza, że przez cały czas badania do oceny jest używany tylko jeden zestaw wytycznych, nie można zmieniać procedur w trakcie analizy. Warunek ujęcia ilościowego, sprowadzający się do tego, aby wyniki analizy zawartości przedstawiać w liczbach, również nie zawsze jest przestrzegany – wielu badaczy opowiada się za analizą jakościową, dlatego na potrzeby definicji tej metody proponuje się, aby zastąpić go wymogiem precyzji.

Nowoczesna analiza treści sięga swą historią do czasów II wojny światowej, kiedy to wywiad aliancki monitorował liczbę i rodzaj popularnych piosenek w europejskich stacjach radiowych. Analiza treści służyła też do weryfikacji autorstwa dokumentów historycznych, po wojnie do studiowania propagandy w prasie i radiu²⁸¹.

Analiza zawartości jest metodą nie tylko prasoznawczą – może być wykorzystywana również w odniesieniu do tekstów literackich, dokumentów itp., choć obecnie jej zastosowanie poza badaniami masowego komunikowania jest znikome. Jej zastosowanie według Berelsona może służyć następującym celom: *1) charakterystyce treści przekazów (tu należą analizy tendencji zmian w zawartości, wyznaczanie kierunków rozwoju nauki, badania różnic treści przekazu w różnych krajach, porównywanie zawartości przekazów w różnych mediach masowych, kontrolowanie treści przekazów ze względu na cele ich nadawcy, oceny treści propagandowych przez media, analizy pamiątek lub materiałów zebranych za pomocą wywiadów). 2) charakterystyce formy przekazów (np. analizy technik propagandowych, szacowanie zrozumiałości tekstu, wykrywanie charakterystycznych cech stylistycznych przekazu); 3) charakterystyce nadawcy (np. ustalenie intencji i innych cech nadawcy, wykrywanie działań*

²⁸¹ R. Wimmer, J. Dominick: *Mass media...*, s. 210.

*propagandowych, uzyskiwanie informacji politycznych i militarnych); 4) charakterystyce odbiorców (np. ujawnianie postaw, dążeń i wartości różnych grup społecznych); 5) charakterystyce efektów przekazu (np. ujawnienie zainteresowań, analiza postaw i zachowań wywołanych przez media)*²⁸².

Strona | 160

Przytoczona powyżej klasyfikacja zastosowania analizy zawartości sugeruje już w pewien sposób, że metoda ta może być łączona z innymi technikami badań nad komunikowaniem masowym, czyli że jej wyniki mogą być porównywane z wynikami innych badań. W rzeczywistości analiza zawartości mająca na celu jedynie ukazanie obrazu pisma czy przekazu medialnego jest pozbawiona sensu. Dopiero porównanie jej wyników z wynikami innych badań, odnoszących się do pozostałych elementów procesu komunikowania, czy też z linią programową pisma może dać wiele mówiące rezultaty. Tak więc samo przedstawienie struktury tematycznej i formalnej jakiegoś periodyku niewiele nam mówi o tym, jak te wyniki się mają do założonego przez redakcję modelu gazety, do odbioru społecznego pisma itd. Co prawda, I. Tetelowska stwierdza, że *analiza zawartości ma na celu pokazanie obiektywnie istniejącego stanu rzeczy – kierunku zainteresowań pisma i ujawniającego się w nim celu redakcji, opisanie rodzaju stosowanych środków oraz sposobu posługiwania się nimi, a wreszcie określenie typu pisma oraz intencjonalnych (zamierzonych) jego funkcji*²⁸³, jest to jednak cel instrumentalny, celem autotelicznym bowiem jest zbadanie związku między przekazem a zamierzeniami nadawcy, co zapewnia twórcom komunikatów większą kontrolę nad przekazywanymi treściami, odbiorem społecznym, warunkami jego nadawania, wpływem na odbiorców itp. Badania takie mogą służyć weryfikacji i modyfikacji przez nadawcę przekazywanych treści, jak również określeniu cech komunikowania masowego, jego wpływu na społeczeństwo i jego zależności od odbiorców, jak również od kanału komunikacji. Choć nie brak wśród prasoznawców zwolenników wykonywania analizy zawartości w izolacji od innych badań, choćby porównawczych, to postępowanie takie nie jest uzasadnione, bowiem jej wyniki same w sobie są mało miarodajne w stosunku do nakładu czasu i środków, jakich ona wymaga. Jak twierdzi S. Fiut, analiza zawartości nie powinna się opierać tylko na badaniu

²⁸² B. Berelson, *Kontent Analysis in Communication Research*, Glencoe 1952, cyt za: W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983, s. 47.

²⁸³ I. Tetelowska, *Szkice Prasoznawcze*, Warszawa 1972, s. 101.

tekstów prasowych, ale brać pod uwagę również szeroko pojęte środowisko prasy, z którym (przedmiot badań) pozostaje organicznie powiązany, a które ostatecznie konstituuje jego sens, o czym nie można zapominać w interpretacji danych ilościowych, otrzymanych w procedurze empirycznej i postempirycznej²⁸⁴.

²⁸⁴ I. S. Fiut, *Analiza zawartości prasy w świetle ewolucyjnej teorii poznania*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1992, nr 1 – 2, s. 12, cyt za: R. Kowalczyk, *Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego*, Poznań 2003, s. 173.

ETAPY PROCEDURY BADAWCZEJ

Poprawnie przeprowadzona analiza zawartości powinna być zgodna z ustalonymi etapami procedury badawczej. Są nimi:

Strona | 162

- a) Sformułowanie pytań lub hipotez badawczych – analizy nie prowadzi się dla samej analizy. Dobrze zdefiniowane pytanie czy hipoteza są niezbędne dla wypracowania trafnych i jasno określonych kategorii do analizy;
- b) Określenie badanej populacji – tu ważny jest obszar tematyczny oraz okres badania;
- c) Dobranie próby badawczej – konieczne jest dobranie próby zgodne z metodologią danej dziedziny naukowej. Należy dołożyć starań, aby była ona reprezentatywna dla badanej populacji;
- d) Wybór i określenie jednostek analizy;
- e) Określenie kategorii treści do analizy. *Analiza zawartości nie jest nigdy lepsza niż użyty w niej klucz kategoryzacyjny, co oczywiście nie znaczy, że dobry klucz daje zawsze gwarancję sukcesu akcji badawczej. Z całą pewnością jednak nieodpowiedni klucz uniemożliwia uzyskanie zadowalających wyników*²⁸⁵. Aby więc klucz ten był jak najlepszy i jak najbardziej odpowiedni do badanej przestrzeni komunikowania masowego, powinien być on konstruowany na potrzeby każdych badań indywidualnie. Były oczywiście próby skonstruowania uniwersalnego klucza kategoryzacyjnego (np. Tetelowska), jednak używanie takich kluczy do badań jest uzasadnione dopiero po ich modyfikacji i uzgodnieniu z realiami badanego wycinka rzeczywistości komunikacyjnej. Klucz kategoryzacyjny bowiem, aby móc dzięki niemu uzyskać miarodajne wyniki, musi spełniać określone wymagania. Musi być, przede wszystkim, zgodny z potrzebami badań, w których ma być użyty. Musi więc zawierać wszystkie, ale i tylko te kategorie, jakie odpowiadają problemowi badawczemu. Kategorie klucza muszą wyczerpywać zawartość przekazu, nie powinno się w nim z drugiej strony znaleźć kategorie puste, czyli w przekazie nie występujące, co nakazuje warunek oszczędności. Kolejnym warunkiem jest wymóg jednoznaczności –

²⁸⁵ W. Pisarek: *Analiza...*, s. 97.

kategorie klucza powinny być na tyle jasno określone, by wyeliminować ryzyko zakwalifikowania tej samej jednostki do różnych kategorii (np. przez dwóch różnych badaczy), jak również by maksymalnie skrócić czas wahania badacza co do kategoryzacji danej jednostki. Każda jednostka powinna być zaliczana tylko do jednej kategorii, co określa warunek rozłączności – procenty powierzchni pisma zajmowanej przez poszczególne kategorie powinny sumować się do 100 (warunek nie zawsze spełniany, w niektórych badaniach dokonuje się wielokrotnej kategoryzacji). Tak więc, *kategorie klucza w analizie zawartości powinny zawsze i bezwzględnie odpowiadać celowi i problematyce badań, wyczerpywać problem i materiał badawczy oraz być maksymalnie jednoznaczne; jest też rzeczą pożądaną, aby ponadto były one oszczędne, oparte na podziale logicznym i rozłączne*²⁸⁶.

Kategorie kluczy można zasadniczo podzielić na dwie grupy: odnoszące się do treści przekazu i do jego formy. Jeżeli chodzi o aspekt treściowy, to najważniejszy jest tu podział tematyczny, inne to na przykład podział według obszaru, jakiego dotyczy publikacja, czyli na przykład miasto, województwo, kraj, zagranica, bądź rozgraniczenie na publikacje lokalne i pozalokalne. Jeżeli chodzi o aspekt formalny wypowiedzi, to kategorie kluczy odpowiadają tu na pytanie: jak się mówi. Można tu więc dokonać podziału na środki wyrazu (teksty, ilustracje), rodzaje wypowiedzi (dziennikarskie, niedziennikarskie), gatunek wypowiedzi – tu zasadniczy jest podział na gatunki informacyjne i publicystyczne, wśród których występują określone kategorie, oraz ich wydźwięk (neutralne – informacyjne, aprobatywne i krytyczne).

Istnieją dwie drogi konstruowania kluczy kategoryzacyjnych. Kodowanie emergentne (*a posteriori*) polega na konstruowaniu klucza kategoryzacyjnego po wstępnym zbadaniu danych. Kodowanie aprioryczne ustala kategorie jeszcze przed zebraniem materiału. System kategorii musi być wzajemnie się wykluczający, aby każdą jednostkę można było przyporządkować tylko do jednej kategorii. Kategorie muszą być pełne – dla każdej jednostki musi istnieć odpowiednia szuflada.

²⁸⁶W. Pisarek: *Analiza...*, s. 103.

System powinien też być wiarygodny – badacze powinni się zgadzać co do przyporządkowywania odpowiednich jednostek analizy do kategorii.

- f) Ustalenie systemu kwantyfikacji;
- g) Przeszkolenie kodujących oraz przeprowadzenie studium pilotażowego;
- h) Przeanalizowanie zebranych danych;
- i) Wyciągnięcie wniosków²⁸⁷.

²⁸⁷ R. Wimmer, J. Dominick: *Mass media...*, s. 216 – 225.

BADANIA NAD ZAWARTOŚCIĄ PISM SAMORZĄDOWYCH WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

Strona | 165

Pytanie badawcze

U podstaw badań leży teza, że prasa samorządowa, ze względu na brak zróżnicowania typologicznego prasy lokalnej na obszarze jej funkcjonowania, wynikającego z ograniczeń ekonomicznych i wpływów władzy, charakteryzuje się wysokim poziomem upolitycznienia. Analiza zawartości ukierunkowana została więc na zweryfikowanie hipotezy o wysokim upolitycznieniu tego rodzaju prasy i udzielenie odpowiedzi na pytania badawcze, dotyczące tego, co ewentualnie różnicuje stopień upolitycznienia różnych tytułów samorządowych. Badania przeprowadzono więc pod kątem zawartości tematyki publikacji dotyczących działalności władz lokalnych w ogólnej tematyce lokalnej, upolitycznienia publikacji lokalnych, wydźwięku tychże publikacji oraz zawartości komunikatów urzędowych w materiałach niedziennikarskich.

Określenie badanej populacji

W związku z tym, że niniejsza dysertacja dotyczy upolitycznienia prasy samorządowej w województwie śląskim, do analizy wybrano tytuły ukazujące się właśnie na jego terenie. Dołożono starań, aby te tytuły były jak najbardziej zróżnicowane pod względem wielkości zasięgu terytorialnego (pisma miast powiatowych, średniego miasta, dużej i małej gminy), organu wydającego (pisma wydawane bezpośrednio przez samorząd, przez ośrodki kultury i specjalnie do tego celu powołaną spółkę), sposobu kolportażu (pisma płatne i bezpłatne, kolportowane w instytucjach miejskich i w kioskach), miejsca w lokalnym systemie komunikacji (pisma terenów, gdzie występuje wiele alternatywnych mediów, jak również tych, gdzie stanowią jedyne formalne źródło informacji). Szczegółowa charakterystyka wybranych tytułów została zamieszczona w rozdziale IV.

Jeżeli chodzi o okres, w jakim badano wybrane tytuły samorządowe, zdecydowano, że będą to egzemplarze z lat 2003 – 2007. Pięć lat ukazywania się

pisma to okres na tyle długi, by móc wnioskować o występujących w nim tendencjach. Wskazane 5 lat to czas, w którym odbyły się jedne wybory samorządowe, jedne prezydenckie i aż dwa parlamentarne, co pozwala na wychwycenie ewentualnych tendencji do większego upolitycznienia pism w okresach przedwyborczych.

Określenie próby badawczej

W związku z różną częstotliwością ukazywania się pism wybranych do analizy w poszczególnych latach, zdecydowano o zastosowaniu do badań próby pełnej – analizie poddano więc wszystkie egzemplarze wybranych pism samorządowych, jakie ukazały się w latach 2003 – 2007. Łącznie przebadano 464 numery pism samorządowych – 38 numerów „Głosu Ornontowic”, 62 numery „Kurier Miejskiego”, 120 numerów „Racji Gminnych”, 96 numerów „Rodni” oraz 148 numerów „W Bielsku-Białej”.

Jednostka analizy i jednostka obliczeń

W analizie jednostkę klasyfikacji stanowiła pełna wypowiedź – publikacja, czyli *jednostka zawartości dziennika lub czasopisma wyodrębniająca się na kolumnach funkcjonalnie, treściowo i graficznie jako osobna całość, zwykle oparzona własnym nagłówkiem*²⁸⁸. Jednostkę obliczeń natomiast stanowił cm². Płaszczyzną badaną stała się powierzchnia faktycznie użytkowana pisma, a więc zadrukowana, gdyż branie pod uwagę całej powierzchni, w której znajdują się również fragmenty niezadrukowane, mogłoby zniekształcić wyniki badań.

Klucz kategoryzacyjny

Jak już wspomniano, do badania konkretnego pisma czy innego środka masowego komunikowania konieczne jest stworzenie indywidualnego klucza kategoryzacyjnego, odzwierciedlającego potrzeby badania. Jak była mowa

²⁸⁸ J. Maślanka (red): *Encyklopedia wiedzy o prasie*, Wrocław 1976, s. 254.

wcześniej, możliwe są dwie drogi konstruowania kluczy kategorizacyjnych – aprioryczna i aposterioryczna. Do badania struktury wybranych pism samorządowych województwa śląskiego stworzono, stosowanie do potrzeb niniejszej dysertacji klucze kategorizacyjne po uprzednim zapoznaniu się z zawartością poszczególnych tytułów, zastosowano więc metodę aposterioryczną. Powstały następujące klucze kategorizacyjne:

I Klucz do badania zasięgu przestrzennego publikacji – zawiera dwie kategorie: publikacje lokalne i publikacje pozalokalne. Do kategorii publikacji lokalnych zalicza się wszystkie materiały, dotyczące bezpośrednio obszaru ukazywania się danego pisma (wydarzenia mające miejsce na danym terytorium lub kwestie bezpośrednio tego terytorium dotyczące – np. decyzje władz wyższego szczebla o budowie na obszarze ukazywania się pisma drogi itd.). Publikacje pozalokalne to takie, które dotyczą wydarzeń i decyzji nie związanych bezpośrednio z terytorium ukazywania się pisma oraz tzw. materiały uniwersalne – odnoszące się do ogólnej problematyki np. społecznej (jednak jeżeli jest omawiana problematyka, w której za przykłady służą problemy lokalnej społeczności, publikacja zostaje zaliczona do lokalnych).

II Klucz do badania zawartości tematycznej publikacji lokalnych – służy do określania tematyki publikacji skategoryzowanych uprzednio jako lokalne. Zawiera następujące kategorie:

- Działalność władz powiatowych/wojewódzkich – do tej kategorii zaliczane są wszystkie materiały, dotyczące działalności władz wyższego szczebla, dotyczące terytorium ukazywania się pism;
- Działalność władz miejskich/gminnych – kategoria, do której zaliczane są publikacje odnoszące się bezpośrednio do działalności władz lokalnych – podejmowanych przez nie decyzji, wizyt poszczególnych ich przedstawicieli, sporów między nimi itd.;
- Działalność władz – administracja publiczna – tu są kwalifikowane wszystkie publikacje dotyczące działalności wszystkich instytucji samorządowych, za wyjątkiem placówek kulturalnych;
- Działalność władz – placówki kulturalne – kategoria dotycząca działalności domów kultury, bibliotek, muzeów i innych instytucji kultury, kontrolowanych przez lokalny samorząd;

- Działalność władz – inne – do tej kategorii są kwalifikowane publikacje dotyczące działalności władz lokalnych, nie mieszczące się w pozostałych kategoriach;
- Polityka – odnosi się do działalności lokalnych organizacji politycznych jak również lokalnych oddziałów ogólnokrajowych partii politycznych, zaliczane tu są też publikacje dotyczące wizyt polityków krajowych i zagranicznych. W tej kategorii znajdują się też materiały, dotyczące działalności rządzącego w danej miejscowości ugrupowania politycznego, jeżeli działania te nie są bezpośrednio związane ze sprawowanymi przez ich przedstawicieli funkcjami w strukturach lokalnej władzy. Na potrzeby tej kategorii na bieżąco tworzy się podkategorie, umożliwiające sklasyfikowanie materiałów dotyczących działalności różnych ugrupowań politycznych.
- Gospodarka – do tej kategorii zalicza się publikacje dotyczące działalności wszelkiego rodzaju podmiotów działalności gospodarczych, lokalnej przedsiębiorczości, nagród przyznawanych lokalnym biznesmenom, jak również targów, imprez i konferencji handlowych, stosowanych technologii w różnych gałęziach przemysłu, rolnictwa i budownictwa, w tym również budownictwa indywidualnego;
- Organizacje społeczne i grupy zawodowe – kategoria dotyczy działalności wszelkich niepolitycznych grup i organizacji. Ujęte zostaną tu więc zarówno informacje o sukcesach zespołów folklorystycznych, jak i o działalności Koła Gospodyń Wiejskich czy Ochotniczej Straży Pożarnej albo górników miejscowej kopalni;
- Nauka i oświata – kategoria skupiająca publikacje dotyczące edukacji na wszystkich jej poziomach, nauki, problemów przedstawicieli lokalnej oświaty, sukcesów i porażek uczniów i studentów, konferencji naukowych itd.;
- Kultura – tu zostaną zaklasyfikowane wszystkie materiały odnoszące się do lokalnej kultury, jej twórców, wytworów, wielkich osobistości, imprez kulturalnych. Za imprezy kulturalne jednak zostaną uznane te, w których główny nacisk jest położony na prezentację dorobku kulturalnego. Te o charakterze czysto rozrywkowym zostaną zaklasyfikowane do kategorii „życie społeczne i obyczajowe”;

- Historia – tu trafią wszelkie publikacje, dotyczące przeszłości danego terenu, sylwetek postaci historycznych, historii zabytków, również tych o charakterze sakralnym;
- Życie społeczne i obyczajowe – kategoria, do której zalicza się materiały dotyczące problematyki wszelkich przejawów życia lokalnej społeczności, a więc pielęgnowanych przez nią tradycji, obchodzonych wspólnie świąt (zarówno kościelnych jak i państwowych), rozrywki (wspomniane już imprezy), jak również kwestii związanych z życiem poszczególnych jednostek, współcześnie żyjących oraz patologii społecznych;
- Sport, turystyka, krajoznawstwo – publikacje dotyczące wszelkich przejawów aktywności fizycznej oraz specyfiki lokalnej przyrody, łącznie z kwestiami związanymi z jej ochroną;
- Ochrona zdrowia i problematyka socjalna – kategoria odnosząca się do placówek ochrony zdrowia i pomocy społecznej, jak również porad zdrowotnych, problemów socjalnych itp.;
- Komunikacja i sprawy miejskie – do tej kategorii zostaną zaliczone materiały odnoszące się do kwestii stanu dróg, mostów i innych komunikacyjnych, stanu budynków użyteczności publicznej, służb komunalnych, wizerunku miasta i jego remontu;
- Kościół – kwestie dotyczące współczesnej działalności parafii Kościoła Katolickiego i innych związków wyznaniowych na danym terenie. Nie dotyczy publikacji na temat historii czy parafii czy budynków sakralnych.

III Klucz do badania zawartości tematycznej publikacji pozalokalnych – służy do określania tematyki publikacji zakwalifikowanych jako pozalokalne. Zawiera następujące kategorie: polityka, Unia Europejska (kategoria wydzielona ze względu na specyficzny okres badania pism i częstość pojawiania się publikacji na temat funkcjonowania organów UE), problematyka społeczna i socjalna, sport, turystyka i krajoznawstwo, gospodarka, edukacja, zdrowie, religia, ciekawostki i hobby.

IV Klucz do badania upolitycznienia publikacji - pozwala na określenie kontekstu politycznego materiałów dziennikarskich. Zawiera dwie kategorie – publikacje upolitycznione i nieupolitycznione. Warunkiem klasyfikacji materiału jako upolitycznionego jest jego treść – niezależnie od tematyki, jeżeli w danej

publikacji w kontekście dowolnych wydarzeń pojawia się nazwisko przedstawiciela lokalnej władzy lub odniesienie do decyzji władz lokalnych, publikacja jest uznawana za upolitycznioną.

V Klucz do badania wydźwięku publikacji – jest uzupełnieniem poprzedniego klucza i pozwala na określenie emocjonalnego nacechowania przedstawianych informacji jako neutralne, aprobatywne bądź krytyczne. Klasyfikacji do jego kategorii dokonuje się subiektywnie, na podstawie odniesionego po przeczytaniu publikacji wrażenia, ponieważ zliczanie słów kluczowych dla wydźwięku nie przynosi oczekiwanych rezultatów, ze względu na występowanie tekstów ironicznych.

VI Klucz do badania materiałów niedziennikarskich – pozwala na skategoryzowanie publikacji nie będących tekstami dziennikarskimi, a występujących w pismach. Zawiera następujące kategorie: utwory literackie; przysłowia i myśli; fotografia tytułowa; humor; komunikaty urzędowe; reklama polityczna (uzupełniana na bieżąco o odpowiednie podkategorie, dotyczące poszczególnych ugrupowań politycznych); kronika policyjna; reklamy; ogłoszenia drobne; nekrologi; krzyżówka, zagadka; horoskop; listy, polemiki, opinie; galeria; winieta; stopka redakcyjna.

Badanie pilotażowe

Badania prowadzone nad prasą samorządową, a będące przedmiotem tej dysertacji, nie wymagały szkolenia osób kodujących, ponieważ całe badania przeprowadziła autorka samodzielnie. Przed przystąpieniem do właściwego procesu badawczego dokonano jednak pilotażowego pomiaru losowo wybranych egzemplarzy poszczególnych tytułów (po kilka numerów każdego badanego pisma), co pozwoliło na dopracowanie kluczy kategoryzacyjnych, wykluczenia niepotrzebnych kategorii i dodanie kilku nowych, jak również ujednolicenia kluczy kategoryzacyjnych tak, by dawały możliwość klasyfikowania publikacji pochodzących ze wszystkich badanych pism. Badania pilotażowe zostały przeprowadzone w maju 2007 roku.

Przebieg analizy zawartości

Właściwy proces badawczy nad zawartością wybranych tytułów prasy samorządowej rozpoczęto w lipcu 2007 a zakończono w maju 2008 roku. W pierwszej kolejności analizowano archiwalne numery pism, udostępnione przez redakcje, później numery z roku 2007. Dołożono starań, aby kolejność badania była przypadkowa (po to, by nie analizować przez dłuższy czas tylko jednego tytułu, co mogłoby spowodować popadnięcie w rutynę). Wyniki pomiarów wprowadzano na bieżąco do arkuszy programu MS Excel (wersja 2007) – każdy numer pisma znalazł się w osobnym arkuszu. W czerwcu 2008 dokonano niezbędnych obliczeń i analizy statystycznej wyników przeprowadzonej wcześniej analizy treści.

Strona | 171

Wyniki przeprowadzonych badań zostaną przedstawione w porządku alfabetycznym i chronologicznym – ukazana więc będzie zawartość poszczególnych pism (kolejność alfabetyczna) w poszczególnych latach, na końcu nastąpi podsumowanie i porównanie wyników poszczególnych periodyków. Dla pełniejszego zobrazowania zawartości analizowanych pism wyniki badań, w miarę możliwości, zostaną przedstawione na wykresach, które pozwolą na unaocznienie skali występowania poszczególnych zjawisk. Każdemu pismu będzie przyznany inna kolorystyka Wykresów, co ułatwi orientację w ich wielości. Każdy rocznik każdego pisma zostanie przedstawiony na pięciu Wykresach – dotyczących w kolejności: zawartości w piśmie publikacji lokalnych, pozalokalnych i niedziennikarskich, tematyki publikacji lokalnych, wydźwięku publikacji lokalnych, tematyki publikacji pozalokalnych oraz zawartości materiałów niedziennikarskich. Dodatkowo zostaną ukazane wartości średnie wszystkich kategorii w 5 badanych latach ukazywania się pisma oraz tendencje zmian. W części podsumowującej i porównawczej szczególny nacisk zostanie położony na przedstawienie wszelkich kwestii związanych z upolitycznieniem prasy samorządowej, a więc na zawartość tematyki lokalnych władz w publikacjach lokalnych, upolitycznienie publikacji lokalnych, ich wydźwięk oraz zawartość materiałów niedziennikarskich ze szczególnym uwzględnieniem komunikatów urzędowych. Zostanie również zwrócona uwaga na tematykę polityczną publikacji lokalnych oraz na reklamę polityczną w

materiałach niedziennikarskich – dla stwierdzenia, jakim ugrupowaniom politycznym poświęca się największą uwagę w badanych periodykach.

WYNIKI ANALIZY ZAWARTOŚCI BADANYCH TYTUŁÓW PRASY SAMORZĄDOWEJ

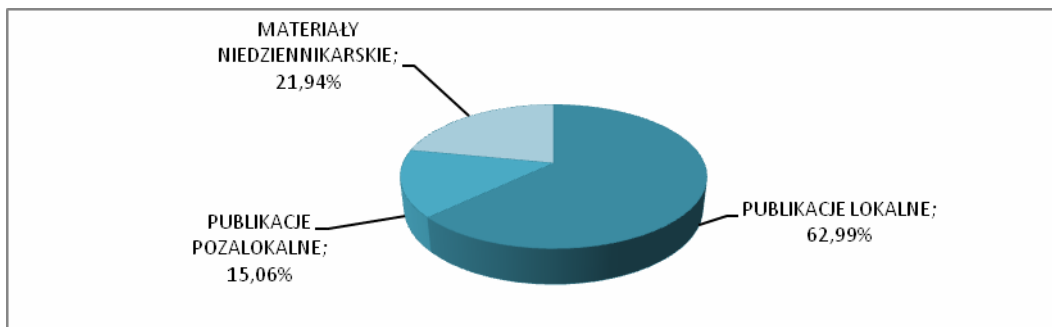
Strona | 173

„Głos Ornontowic”

„Głos Ornontowic” rok 2003

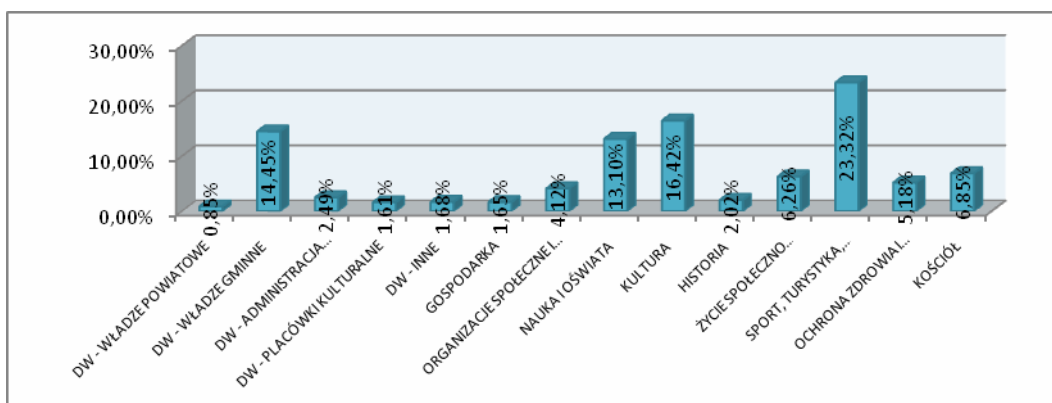
W pierwszym objętym badaniem roczniku „Głosu Ornontowic” pismo ukazywało się jako kwartalnik, każdy numer liczył 16 stron. Publikacje lokalne stanowiły prawie 63%, publikacje pozalokalne nieco ponad 15% a materiały niedziennikarskie prawie 22% ogólnej zawartości pisma.

WYKRES 1 „GŁOS ORNONTOWIC” 2003 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



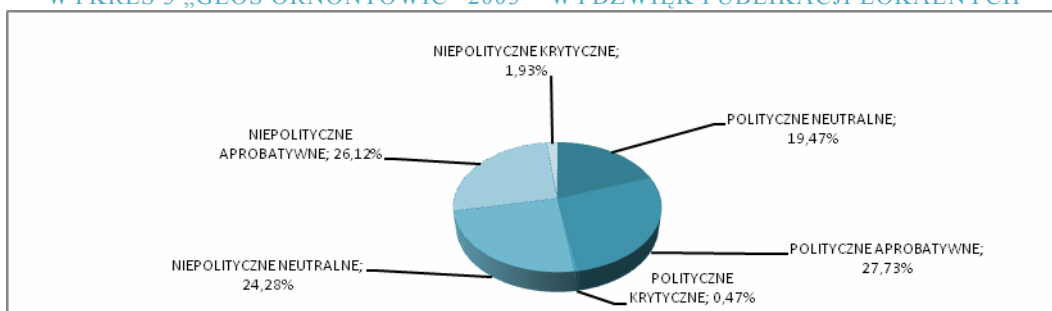
Wśród publikacji lokalnych dominującą kategorią był sport (23,32%). Publikacje na temat działalności władz gminnych zajęły ponad 14%, natomiast ogólna powierzchnia materiałów na temat działalności władz lokalnych wyniosła w sumie 21,08% powierzchni poświęconej sprawom lokalnym. Nie pisano w ogóle o lokalnej polityce, co należałoby wiązać z faktem, że w 2003 roku nie odbywały się wybory ani do władz lokalnych, ani państwowych.

WYKRES 2 „GŁOS ORNONTOWIC” 2003 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



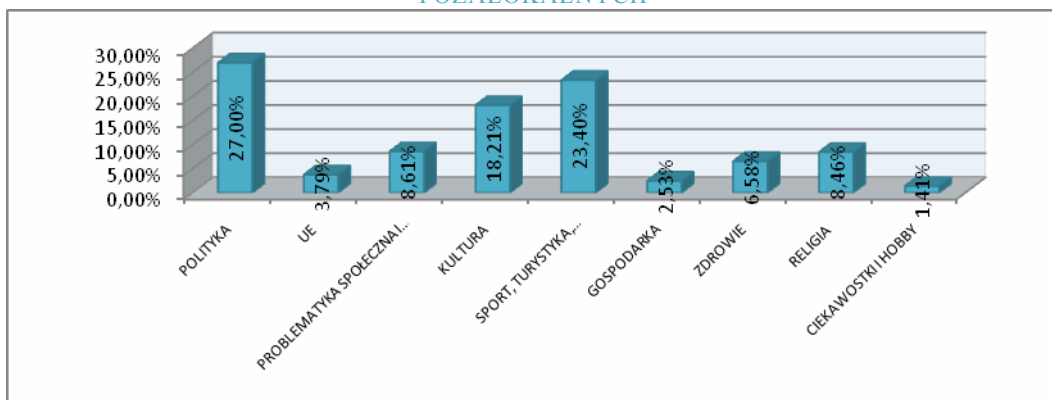
Publikacje lokalne były upolitycznione w 47,67%, a więc mniej niż połowa publikacji miała polityczny kontekst. Publikacje nie związane bezpośrednio z działalnością władz były upolitycznione w 26,59%. Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że znaczna część materiałów w tym roku miała wydźwięk aprobatywny (zarówno wśród materiałów upolitycznionych – prawie 28% - jak i niepolitycznych – ponad 26%), natomiast wydźwięk krytyczny należał do rzadkości (w sumie 2,4%), szczególnie w przypadku materiałów upolitycznionych.

WYKRES 3 „GŁOS ORNONTOWIC” 2003 – WYDŹWIEK PUBLIKACJI LOKALNYCH



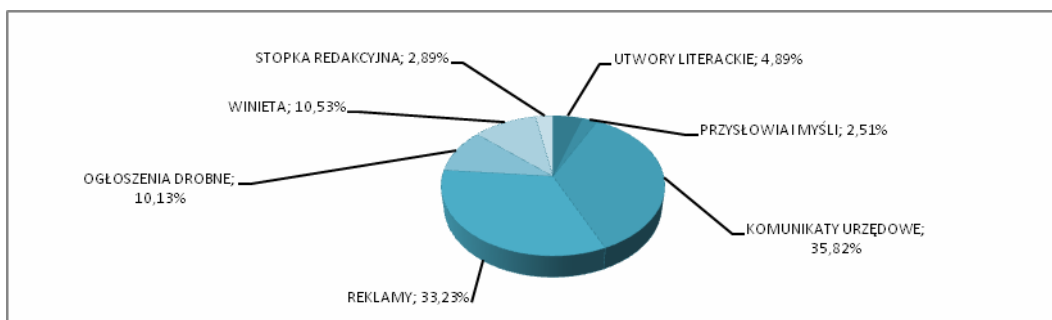
Wśród publikacji pozalokalnych mamy do czynienia z dość dużym zróżnicowaniem tematycznym, jednak najwięcej miejsca poświęcono w nich tematyce politycznej (27%) i sportowej (ponad 23%) oraz kulturze (ponad 18%).

WYKRES 4 „GŁOS ORNONTOWIC” 2003 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Materiały niedziennikarskie, stanowiące w „Głosie Ornontowic” w 2003 21,94% powierzchni, poświęcone były przede wszystkim komunikatom urzędowym (prawie 36%) i reklamie (ponad 33%). Ogłoszenia zajęły 10%, a więc mniej niż winieta tytułowa, która stanowiła 10,5% powierzchni materiałów niedziennikarskich.

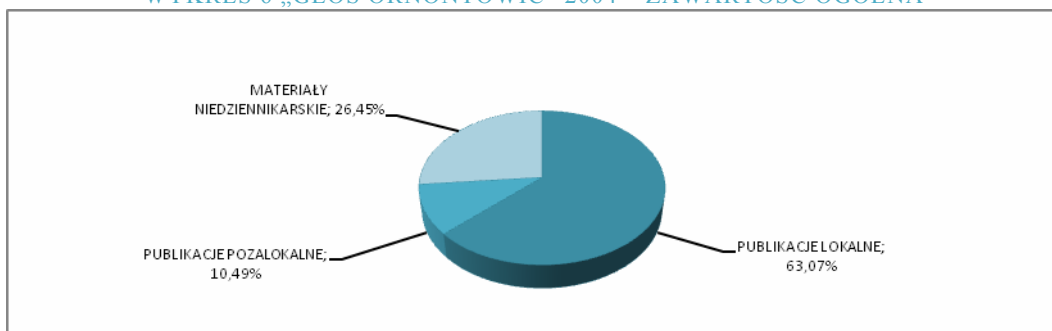
WYKRES 5 „GŁOS ORNONTOWIC” 2003 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Głos Ornontowic” rok 2004

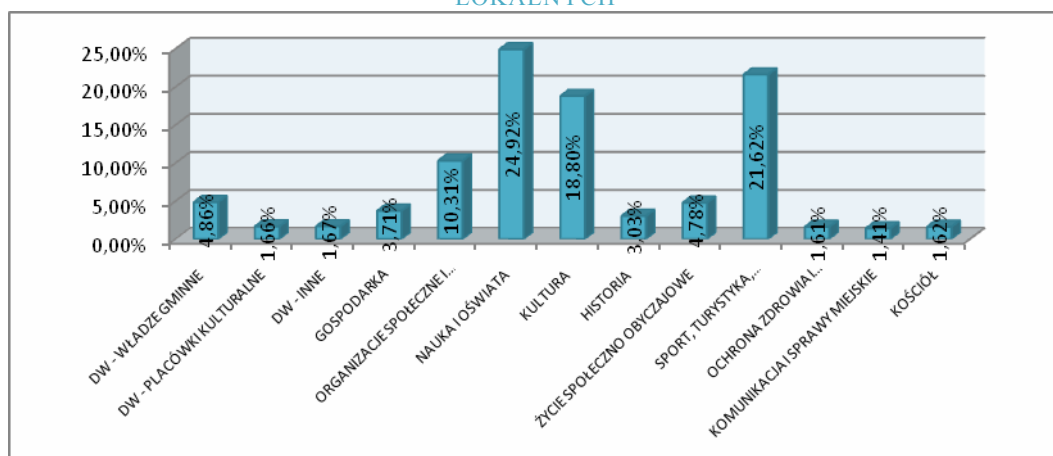
W roku 2004 pismo nadal było kwartalnikiem. Pierwszy numer liczył 24 strony, drugi i trzeci – 20 stron, czwarty – 24. Obserwujemy w tym roku w „Głosie Ornontowic” nieznaczny spadek udziału publikacji pozalokalnych (ponad 10%) na rzecz materiałów niedziennikarskich (ponad 26%). Zawartość publikacji lokalnych utrzymuje się na podobnym do roku 2003 roku poziomie (63%).

WYKRES 6 „GŁOS ORNONTOWIC” 2004 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



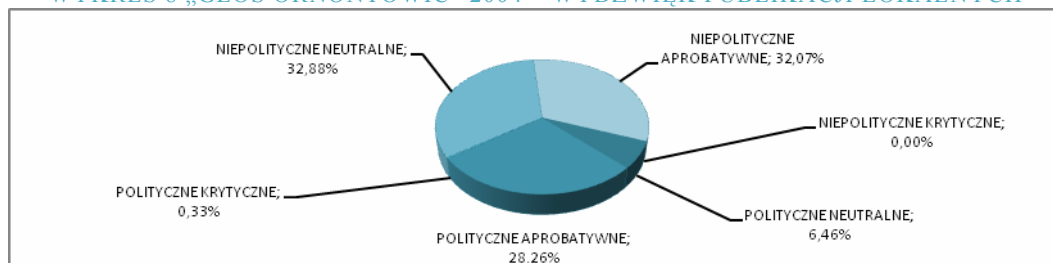
Wśród publikacji lokalnych dominującą tematyką była edukacja (prawie 25%), wiele miejsca poświęcono również sportowi (ponad 21%) i kulturze (prawie 19%), natomiast tematyka działalności lokalnych władz wyniosła 8,19%, więc ponad dwukrotnie mniej, niż w roku ubiegłym, tematyka polityczna nie wystąpiła w ogóle.

WYKRES 7 „GŁOS ORNONTOWIC” 2004 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



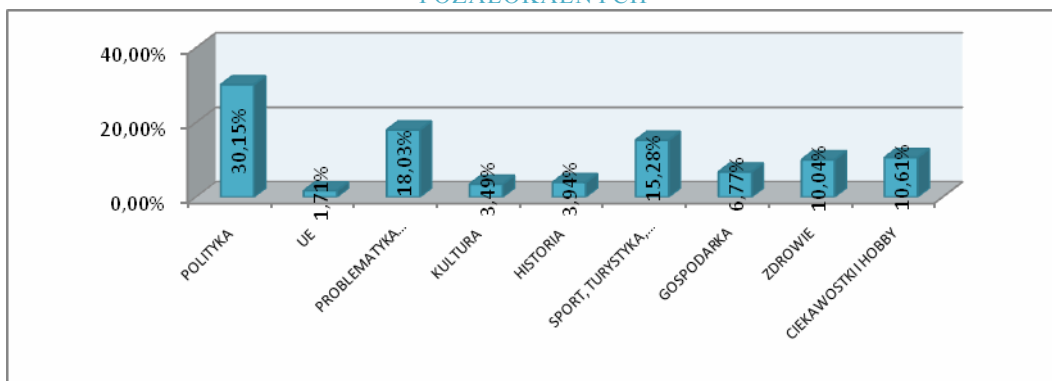
Rok 2004 charakteryzuje się mniejszym upolitycznieniem publikacji lokalnych – 35,05% z nich zakwalifikowano jako upolitycznione (publikacje niezwiązane z działalnością władz były upolitycznione w 26,86%), utrzymuje się wysoki udział publikacji aprobatywnych (60% publikacji lokalnych) przy jednoczesnym spadku materiałów krytycznych (tylko 0,33%).

WYKRES 8 „GŁOS ORNONTOWIC” 2004 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



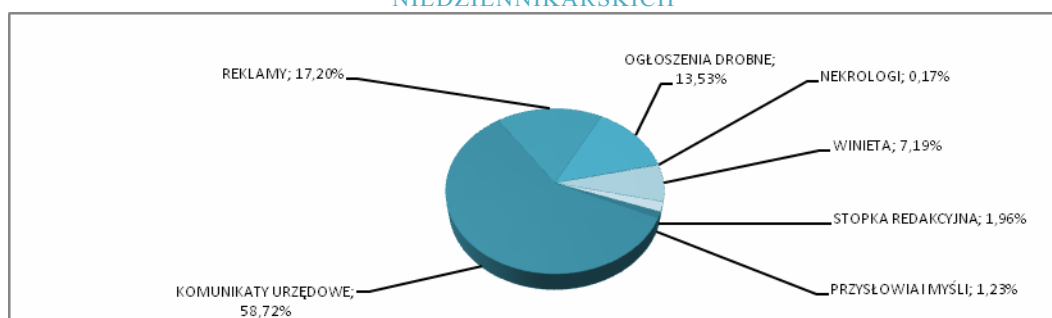
Wśród publikacji pozalokalnych utrzymuje się duża zawartość tematyki politycznej (ponad 30%), problematyka społeczna i socjalna zajmuje 18% a sport ponad 15%. Pamiętać jednak należy, że ogólny udział materiałów pozalokalnych zmniejszył się w roku 2004.

WYKRES 9 „GŁOS ORNONTOWIC” 2004 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich obserwujemy w 2004 roku zwiększenie ilości komunikatów urzędowych, które stanowiły ponad połowę (prawie 59%) publikacji tej kategorii, zmniejszeniu natomiast uległa ilość reklam (nieco ponad 17%), relatywnie zaś zwiększyła się powierzchnia ogłoszeń (13,5%).

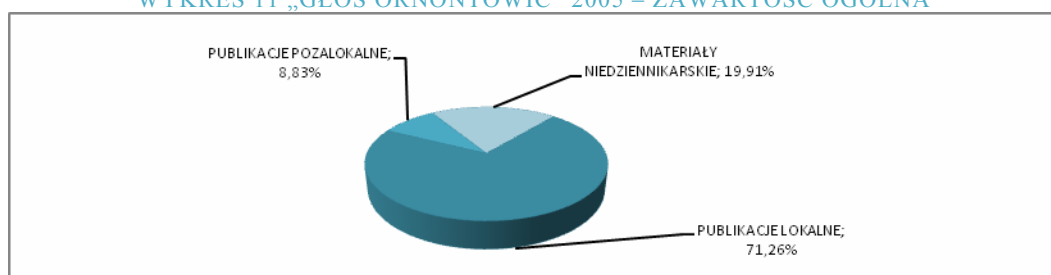
WYKRES 10 „GŁOS ORNONTOWIC” 2004 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Głos Ornontowic” rok 2005

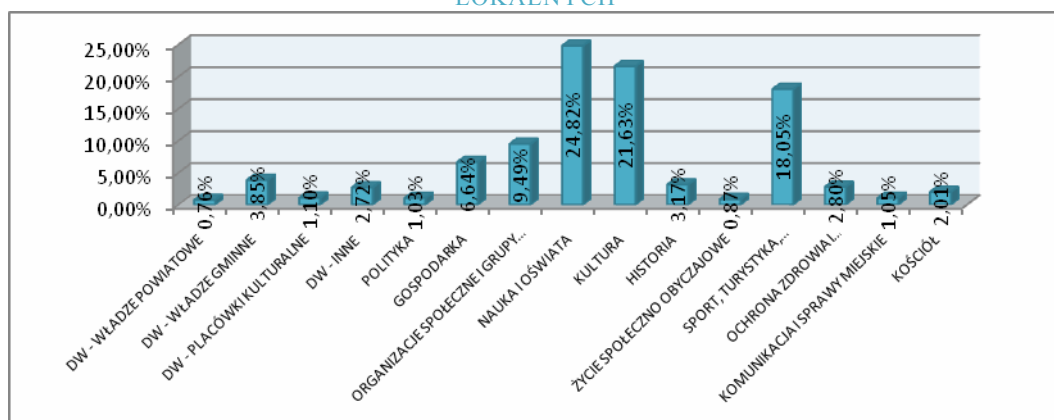
Rok 2005 to dla „Głosu Ornontowic” zmiana częstotliwości ukazywania się. Dwa pierwsze numery ukazały się jeszcze raz na kwartał i liczyły po 20 stron. Od września pismo jest miesięcznikiem i liczy 16 stron. Obserwujemy w tym roku zwiększenie ilości publikacji o tematyce lokalnej (ponad 71%) kosztem zarówno publikacji pozalokalnych (niecałe 9%), jak i materiałów niedziennikarskich (niecałe 20%).

WYKRES 11 „GŁOS ORNONTOWIC” 2005 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



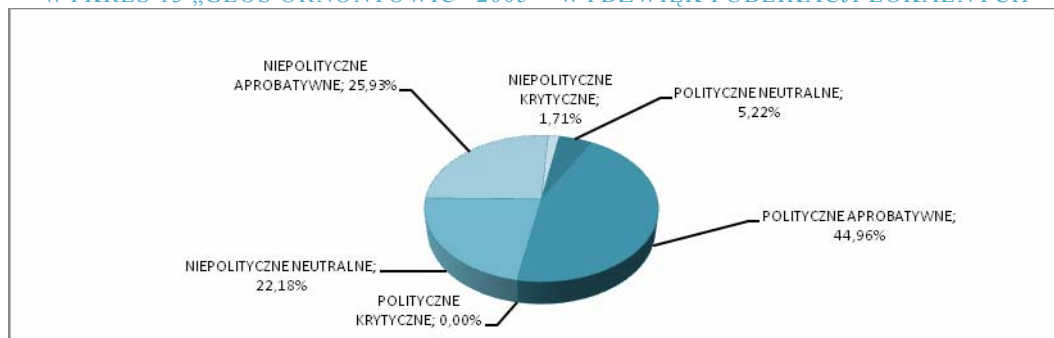
Tematyka publikacji lokalnych w „Głosie Ornontowic” w 2005 roku to znów przede wszystkim nauka i oświata (prawie 25%), kultura (ponad 21%) i sport (18%), działalności władz lokalnych poświęcono znów niewiele ponad 8%, pojawia się natomiast tematyka polityczna, jednak zajmuje niewiele ponad 1% ogólnej powierzchni publikacji lokalnych w tym roku.

WYKRES 12 „GŁOS ORNONTOWIC” 2005 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



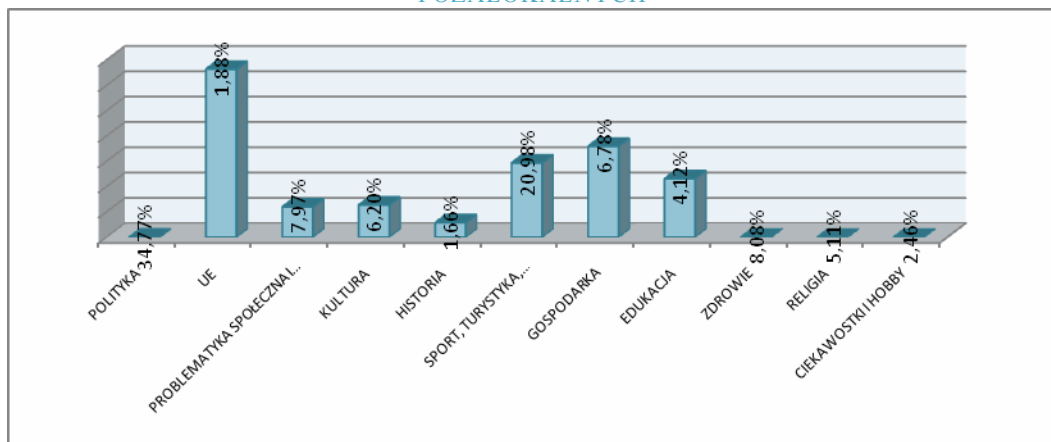
Rok 2005 to rok, kiedy w „Głosie Ornontowic” znacznie zwiększa się ilość publikacji upolitycznionych (przekracza połowę – 50,18%). Ponieważ publikacji o tematyce działalności lokalnych władz nie było w tym roku dużo, znaczna część materiałów upolitycznionych przypadła na pozostałą tematykę – 41,76%. Większość publikacji upolitycznionych ma pozytywny wydźwięk (45%), podobna tendencja utrzymuje się (choć w mniejszym stopniu) w publikacjach nieupolitycznionych (25%). Wciąż więc mamy do czynienia z sytuacją, kiedy większość publikacji w piśmie ma wydźwięk aprobatywny, po raz pierwszy natomiast publikacje upolitycznione dominują nad nieupolitycznionymi.

WYKRES 13 „GŁOS ORNONTOWIC” 2005 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



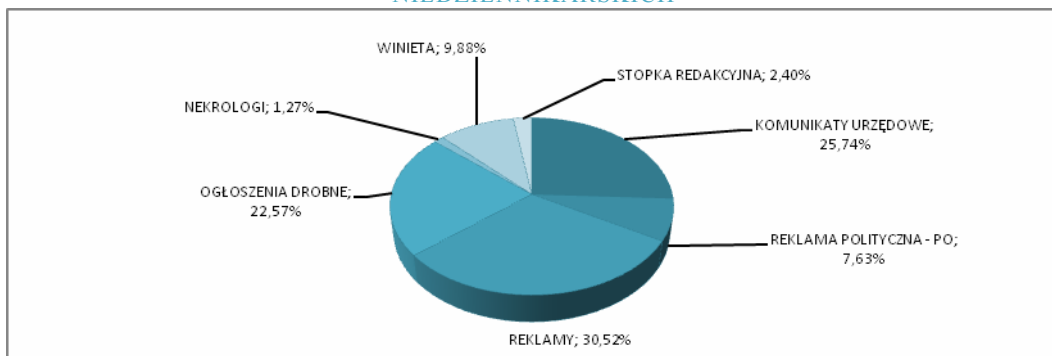
Tematyka pozalokalna w roku 2005 znowu została zdominowana przez publikacje na temat polityki (ponad 31%), sporo miejsca poświęcono również edukacji (17%) i gospodarce (prawie 14%).

WYKRES 14 „GŁOS ORNONTOWIC” 2005 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Materiały niedziennikarskie w piśmie w roku 2005 zostały zdominowane przez reklamy (ponad 30%), zmniejszyła się ilość komunikatów urzędowych (niecałe 26%), pojawiła się natomiast reklama polityczna jednego ugrupowania – Platformy Obywatelskiej – zajmując ponad 7% całej powierzchni materiałów niedziennikarskich. Ogłoszenia zajęły 22,5% tej kategorii.

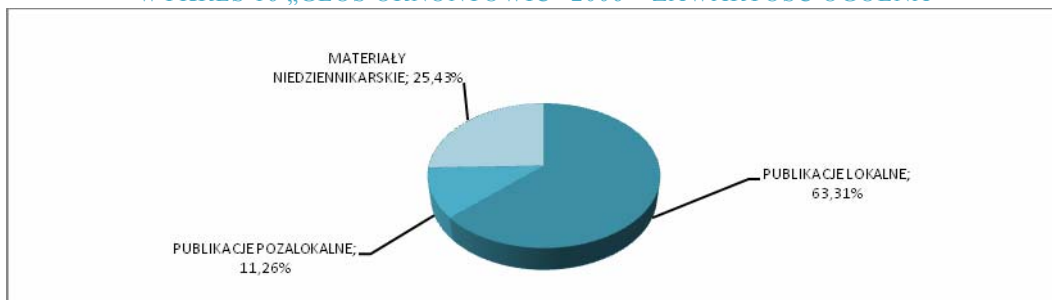
WYKRES 15 „GŁOS ORNONTOWIC” 2005 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Głos Ornontowic” rok 2006

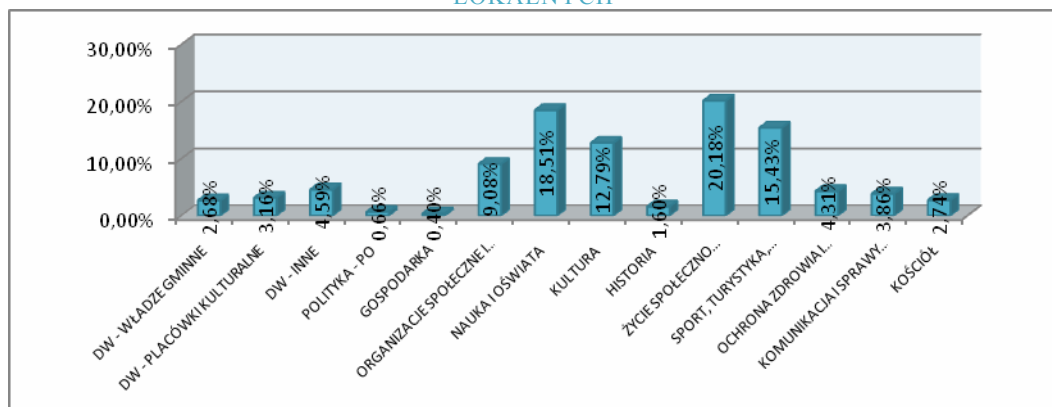
W tym roku pismo jest już miesięcznikiem, pierwszy numer liczył 16 stron, pozostałe – 12. Ilość publikacji lokalnych w „Głosie Ornontowic” zmniejszyła się (nieco powyżej 63%) , powiększyła się za to zarówno powierzchnia publikacji pozalokalnych (ponad 11%), jak i materiałów niedziennikarskich (ponad 25%).

WYKRES 16 „GŁOS ORNONTOWIC” 2006 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



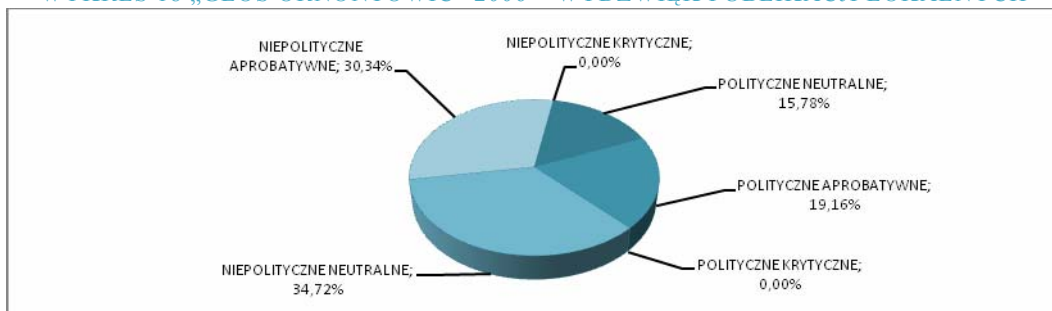
W publikacjach lokalnych dominująca była tematyka życia społecznego i obyczajowego (nieco ponad 20%), nieco mniej było tekstów na temat nauki i oświaty (18,5%) oraz sportu (ponad 15%). Pojawiła się tematyka polityczna – pisano o Platformie Obywatelskiej, natomiast publikacje związane z działalnością lokalnych władz wyniosły 10,44%.

WYKRES 17 „GŁOS ORNONTOWIC” 2006 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



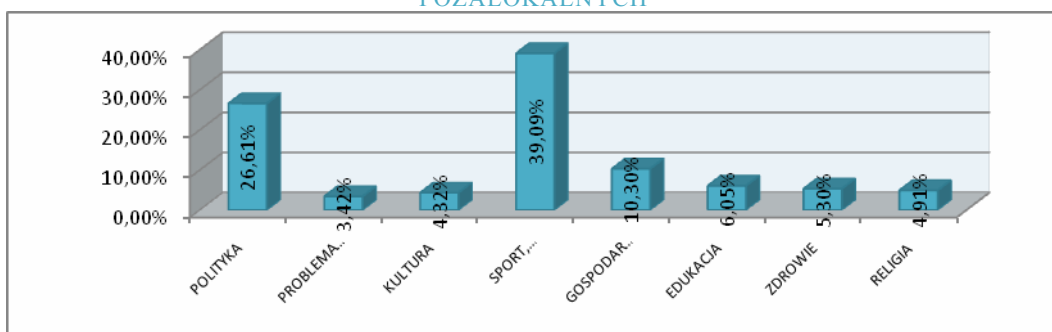
Upolitycznienie publikacji lokalnych wyniosło w roku 2006 34,94%, a więc znacznie mniej, niż w roku poprzednim (tematyka neutralna politycznie była upolityczniona w 24,5%), zmienił się również nieznacznie wydźwięk wszystkich publikacji – w kierunku większej ich neutralności (50,5% publikacji miało neutralny wydźwięk), w ogóle natomiast nie występowały materiały krytyczne.

WYKRES 18 „GŁOS ORNONTOWIC” 2006 – WYDŹWIEK PUBLIKACJI LOKALNYCH



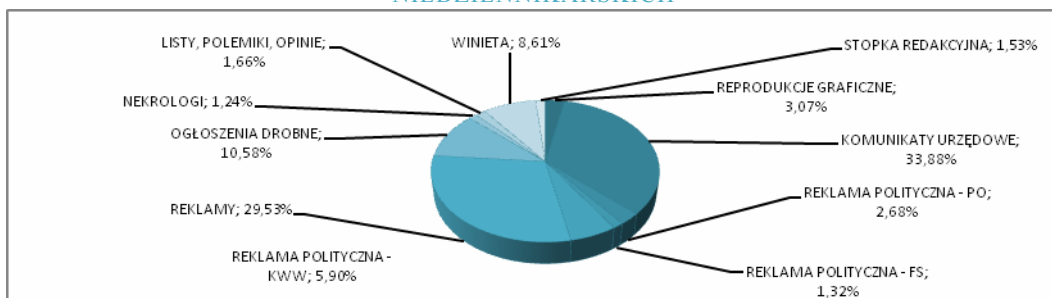
W tematyce pozalokальной dominował w tym roku sport (ponad 39%), polityce wciąż jednak poświęcano sporo miejsca (ponad 26%), gospodarka zajęła ponad 10%, pozostałe tematy (problematyka społeczna i socjalna, kultura, edukacja, zdrowie i religia) traktowane były raczej marginalnie.

WYKRES 19 „GŁOS ORNONTOWIC” 2006 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich, które stanowiły w 2006 roku 25,4% ogólnej powierzchni „Głosu Ornontowic” dominowały komunikaty urzędowe (prawie 34%) i reklamy (prawie 30%). Sporo miejsca poświęcono reklamie politycznej – Platformy Obywatelskiej 2,68%, Forum Samorządowego 1,32% oraz Komitetów Wyborczych Wyborców 5,9%.

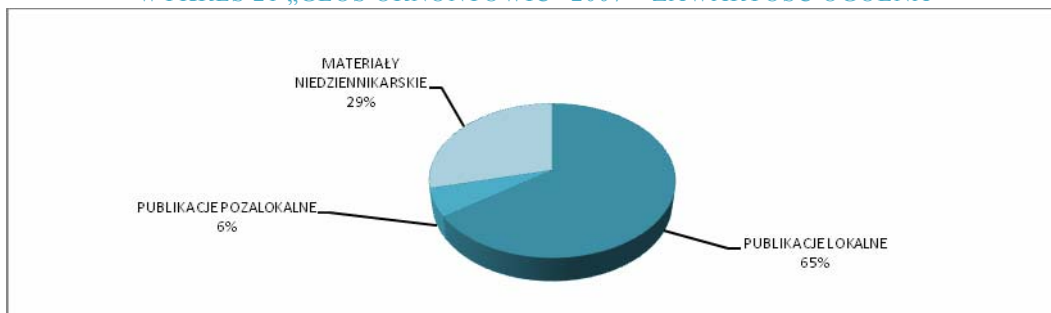
WYKRES 20 „GŁOS ORNONTOWIC” 2006 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Głos Ornontowic” rok 2007

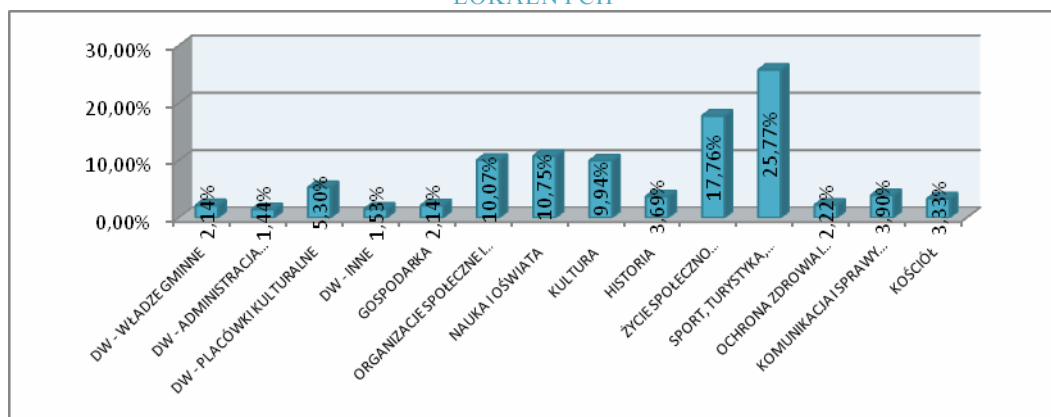
W ostatnim badanym roku ukazywania się pisma wszystkie numery liczyły po 12 stron. Nastąpił największy wzrost materiałów niedziennikarskich – do 29%, najmniej zaś było publikacji pozalokalnych – 6%, publikacje lokalne stanowiły 65%.

WYKRES 21 „GŁOS ORNONTOWIC” 2007 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



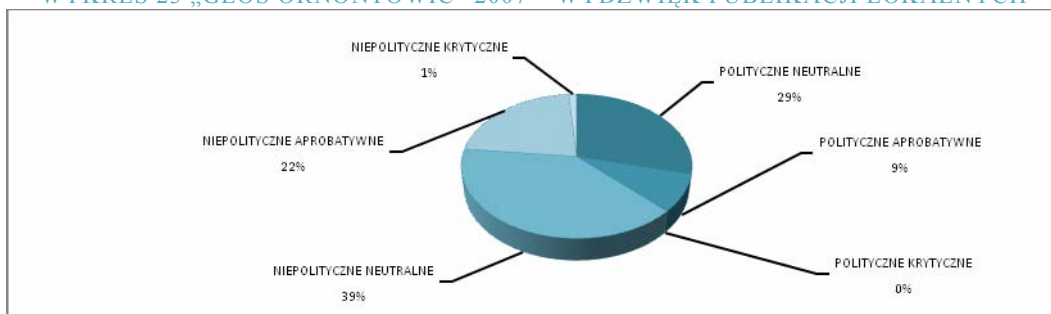
Publikacje lokalne znowu zostały w tym roku zdominowane przez tematykę sportową (prawie 26%) oraz życie społeczne i obyczajowe (prawie 18%) i naukę i oświatę (prawie 11%). Działalności władz poświęcono 10,42% powierzchni publikacji lokalnych, czyli bardzo podobnie, jak w roku poprzednim, tematyka polityczna wcale nie została podjęta.

WYKRES 22 „GŁOS ORNONTOWIC” 2007 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



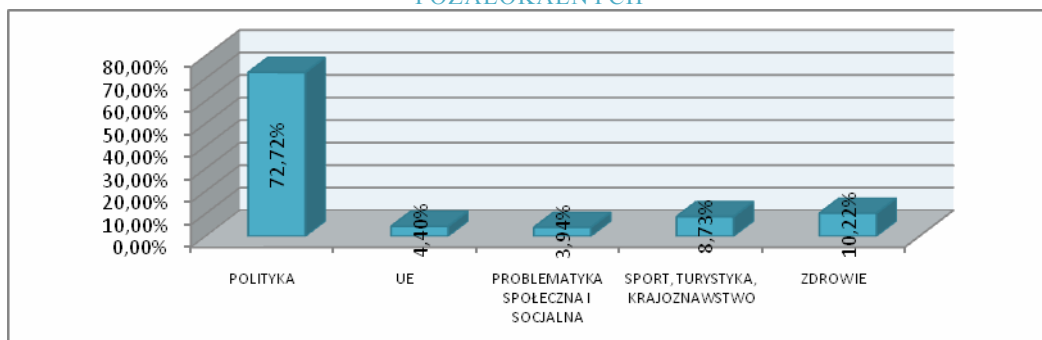
W roku 2007 utrzymuje się relatywnie niskie upolitycznienie pisma (na poziomie 37,34%, w publikacjach nie dotyczących działalności władz – 26,92%) oraz tendencja do zwiększania ilości materiałów neutralnych (68%) kosztem aprobatywnych (31%). Wciąż marginalnie niska pozostaje powierzchnia publikacji krytycznych (1%).

WYKRES 23 „GŁOS ORNONTOWIC” 2007 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



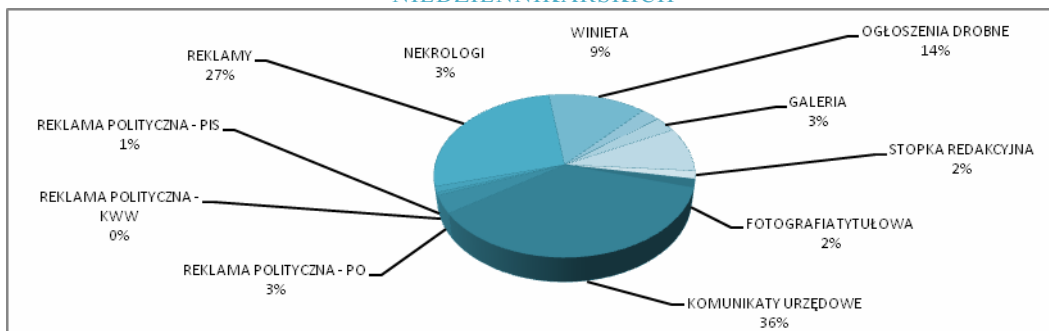
Wśród publikacji pozalokalnych zdecydowanie dominuje tematyka polityki, zajmuje ponad 72% tej kategorii. Tekstów na temat zdrowia było 10% i prawie 9% na temat sportu.

WYKRES 24 „GŁOS ORNONTOWIC” 2007 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Materiały niedziennikarskie w roku 2007 to przede wszystkim komunikaty urzędowe (36%) i reklama (27%). Pojawia się też, w związku z wyborami parlamentarnymi, reklama polityczna, jednak tylko dwóch sztabów wyborczych – Platformy Obywatelskiej i Prawa i Sprawiedliwości.

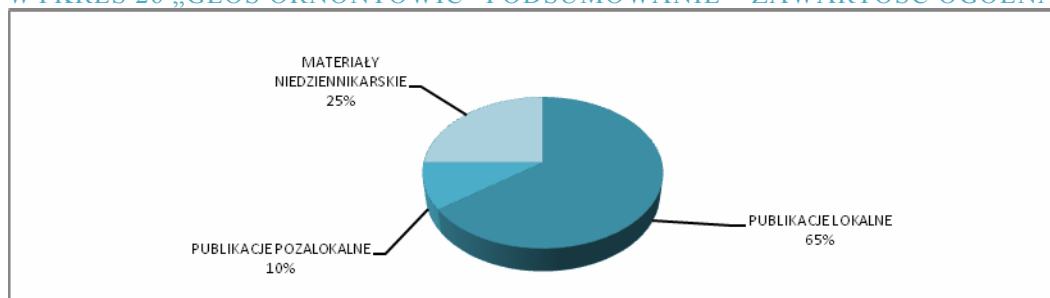
WYKRES 25 „GŁOS ORNONTOWIC” 2007 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Głos Ornontowic” – wyniki średnie i tendencje zmian w piśmie

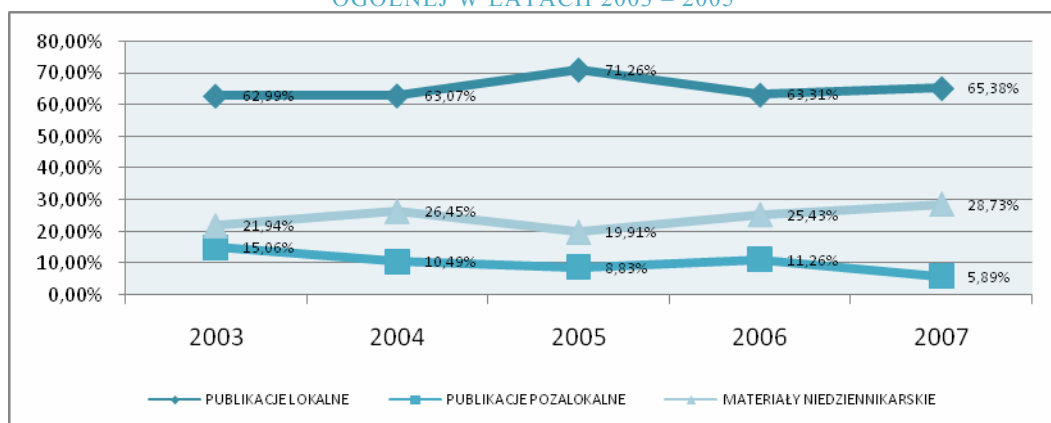
Przebadano 38 numerów „Głosu Ornontowic” z lat 2003 – 2007. W latach tych ogólna średnia zawartość pisma przedstawiała się w ten sposób, że 65% stanowiły publikacje lokalne, 10% publikacje pozalokalne i 25% materiały niedziennikarskie.

WYKRES 26 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



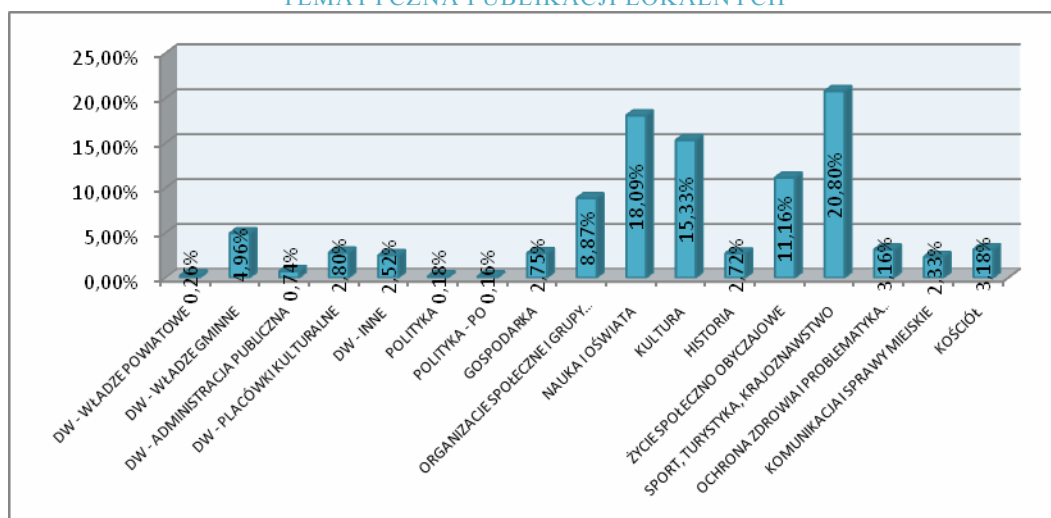
Poniższy wykres przedstawia dynamikę zmian zawartości ogólnej w „Głosie Ornontowic” w badanych latach. Wynika z niego, że zawartość publikacji lokalnych utrzymuje się na w miarę stałym poziomie (z nieznacznym wzrostem w roku 2005), obserwujemy natomiast tendencję do zmniejszania się powierzchni publikacji pozalokalnych (od 15% do niespełna 6%) i zwiększania materiałów niedziennikarskich w piśmie (od niespełna 22% do prawie 29%).

WYKRES 27 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – ZMIANY ZAWARTOŚCI OGÓLNEJ W LATACH 2003 – 2005



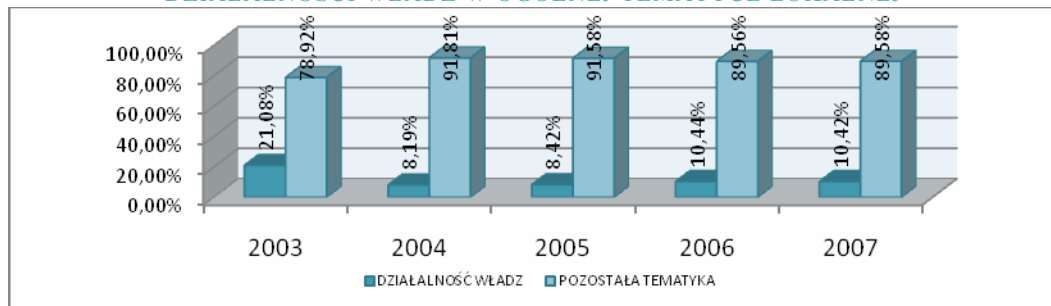
W tematyce publikacji lokalnych „Głosu Ornontowic” w badanych latach dominowała tematyka sportowa (prawie 21%), nauka i oświata (18%), kultura (ponad 13%) oraz życie społeczne i obyczajowe (ponad 11%). Suma powierzchni wszystkich kategorii związanych z działalnością lokalnych władz wyniosła 11,28%, nie można więc powiedzieć, że tematyka ta dominowała w „Głosie Ornontowic” w badanych latach.

WYKRES 28 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – ŚREDNIA ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



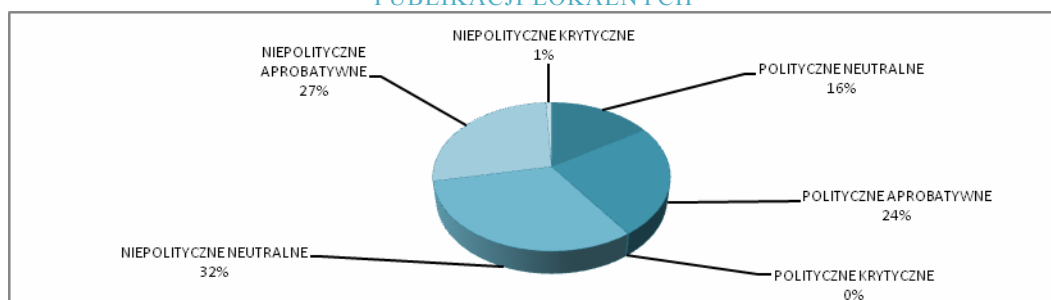
Tematyka działalności władz lokalnych w ciągu pięciu badanych lat, jak już wspomniano, nigdy nie była dominująca, choć w roku 2003 wyniosła aż 21%. W kolejnych latach oscylowała wokół wartości 8 – 10%, nie rosnąc znacząco nawet w latach wyborczych. Wzajemne relacje tematyki działalności władz i pozostałej tematyki lokalnej prezentuje poniższy wykres.

WYKRES 29 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – UDZIAŁ TEMATYKI DZIAŁALNOŚCI WŁADZ W OGÓLNEJ TEMATYCE LOKALNEJ



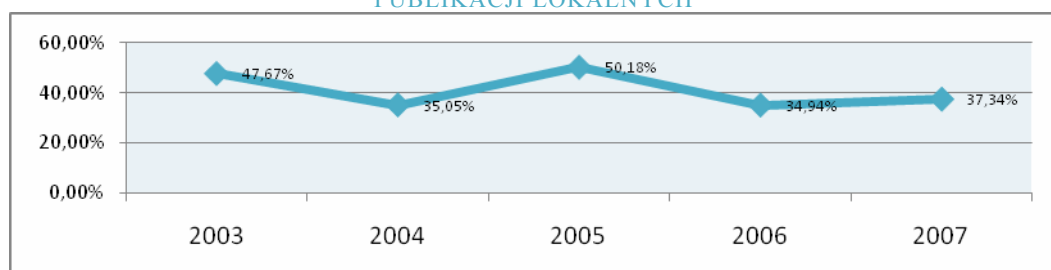
Średnie upolitycznienie publikacji lokalnych w „Głosie Ornontowic” w latach 2003 – 2005 wynosi 40,22%, nie można więc stwierdzić, aby większość materiałów w tym piśmie była upolityczniona tym bardziej, że teksty nie dotyczące działalności władz były upolitycznione średnio w 29,3%. Przeciętny wydźwięk publikacji jest aprobatywny (większość publikacji upolitycznionych również ma wydźwięk aprobatywny), co skłania do stwierdzenia, że pismo przedstawiało na swych łamach wyidealizowany obraz rzeczywistości, nie tylko politycznej. Średni wydźwięk publikacji lokalnych obrazuje poniższy wykres.

WYKRES 30 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – ŚREDNI WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



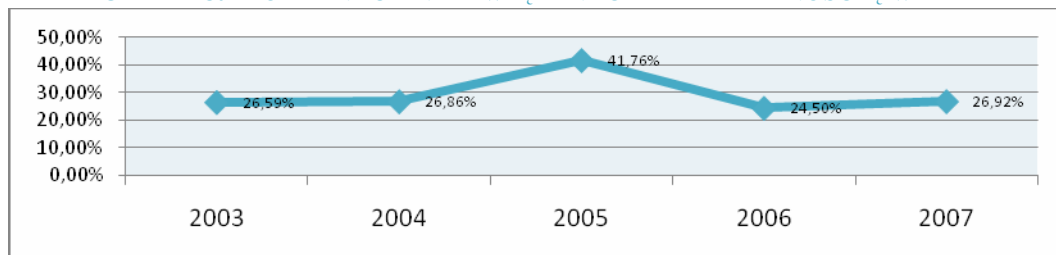
Upolitycznienie publikacji w badanym okresie w piśmie było zmienne, największy poziom upolitycznienia zaobserwowano w roku 2005, kiedy przekroczyło ono połowę publikacji, najmniejszy – w 2006 (co może dziwić w kontekście odbywających się w tym roku wyborów samorządowych). Zaobserwowane zmiany nie pozwalają na jednoznaczne określenie tendencji w piśmie, można jednak przypuszczać, że upolitycznienie materiałów w „Głosie Ornontowic” będzie się zmniejszać.

WYKRES 31 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – UPOLITYCZNIE NIE PUBLIKACJI LOKALNYCH



Poniższy wykres obrazuje dynamikę upolitycznienia publikacji nie związanych z działalnością władz lokalnych w „Głosie Ornontowic” – jest ona zbliżona do zmian w ogólnym upolitycznieniu pisma, co pozwala twierdzić, że zawartość materiałów o działalności miejscowych władz nie wpływa znacząco na ogólne upolitycznienie pisma.

WYKRES 32 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – UPOLITYCZNIE-
NIENIE PUBLIKACJI LOKALNYCH NIE ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ



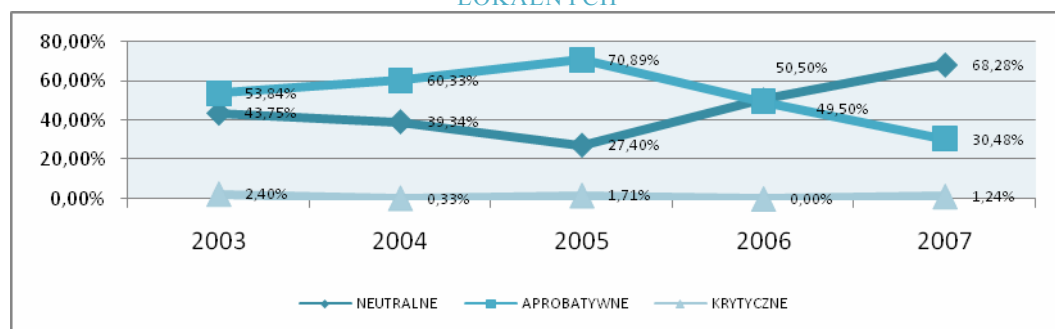
Upolitycznienie publikacji nie związanych z działalnością lokalnych władz było największe w materiałach dotyczących życia społecznego i obyczajowego, ochrony zdrowia oraz działalności organizacji społecznych, najmniejsze zaś w tekstach odnoszących się do historii, nauki i oświaty oraz gospodarki.

TABELA 2 „GŁOS ORNONTOWIC” UPOLITYCZNIE-
NIENIE POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII
TEMATYCZNYCH NIE ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ LOKALNYCH (DANE
W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	UPOLITYCZNI- ON	NIEUPOLITYCZ- NI
GOSPODARKA	34,44	65,56
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	40,88	59,12
NAUKA I OŚWIATA	17,25	82,75
KULTURA	38,33	61,67
HISTORIA	0,00	100,00
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	54,09	45,91
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	35,86	64,14
OCHRONA ZDROWIA I PROBLEMATYKA SOCJALNA	44,59	55,41
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	39,40	60,60

W „Głosie Ornontowic” trudno nie zauważyć wysokiego udziału materiałów o wydźwięku aprobatywnym. Tendencje ostatnich dwóch lat wskazują jednak na stopniowe zmniejszanie się ilości publikacji aprobatywnych i zwiększania neutralnych. Materiały krytyczne utrzymują się na stałym, niskim poziomie.

WYKRES 33 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



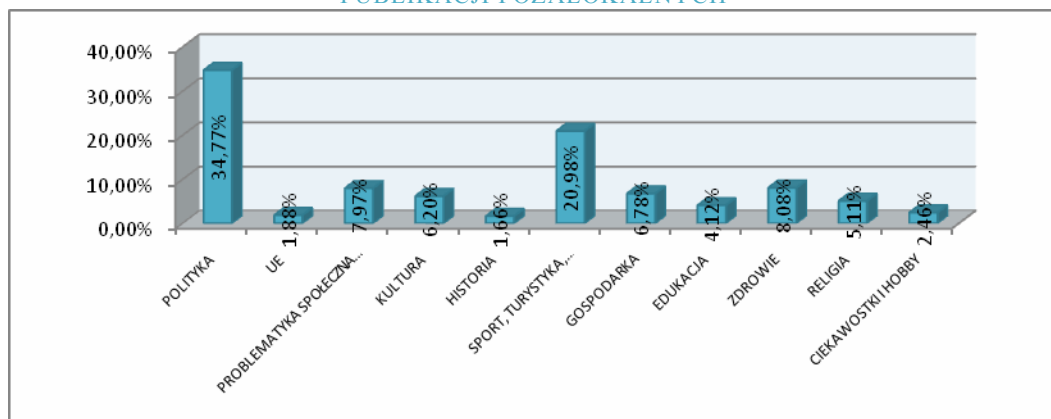
W badanych latach w „Głosie Ornontowic” najbardziej neutralnie przedstawianą tematyką okazała się historia, działalność administracji publicznej oraz działalność władz gminnych. W pozytywnym kontekście najczęściej pisano natomiast o kulturze, organizacjach społecznych oraz życiu społecznym i obyczajowym. Nieliczne teksty krytyczne dotyczyły najczęściej komunikacji i spraw miejskich.

TABELA 3 „GŁOS ORNONTOWIC” – WYDŹWIĘK POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII PUBLIKACJI LOKALNYCH (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	NEUTRALNE	APROBATYWNE	KRYTYCZNE
DZIAŁALNOŚĆ WŁADZ LOKALNYCH:			
WŁADZE POWIATOWE	48,90	51,10	0,00
WŁADZE GMINNE	80,26	17,01	2,73
ADMINISTRACJA PUBLICZNA	88,42	11,58	0,00
PLACÓWKI KULTURALNE	62,67	37,33	0,00
INNE	64,40	35,60	0,00
GOSPODARKA	41,28	56,50	2,23
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	22,64	77,36	0,00
NAUKA I OŚWIATA	57,05	42,95	0,00
KULTURA	25,92	74,08	0,00
HISTORIA	94,57	0,00	5,43
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	41,47	58,07	0,46
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	45,27	53,87	0,87
OCHRONA ZDROWIA I PROBLEMATYKA SOCJALNA	65,07	29,91	5,02
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	63,87	22,97	13,15
KOŚCIOŁ	54,74	45,26	0,00

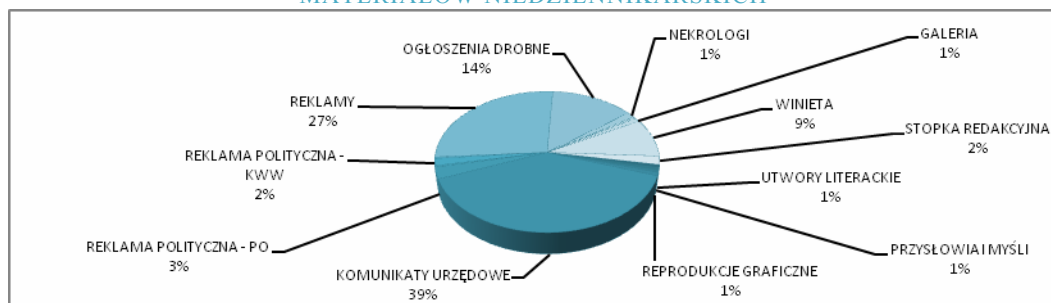
W publikacjach pozalokalnych „Głosu Ornontowic” dominowała tematyka polityczna (prawie 35%), zajmowano się również sportem (prawie 21%), gospodarką (niespełna 7%) i innymi kwestiami, jednak w znacznie mniejszym stopniu.

WYKRES 34 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



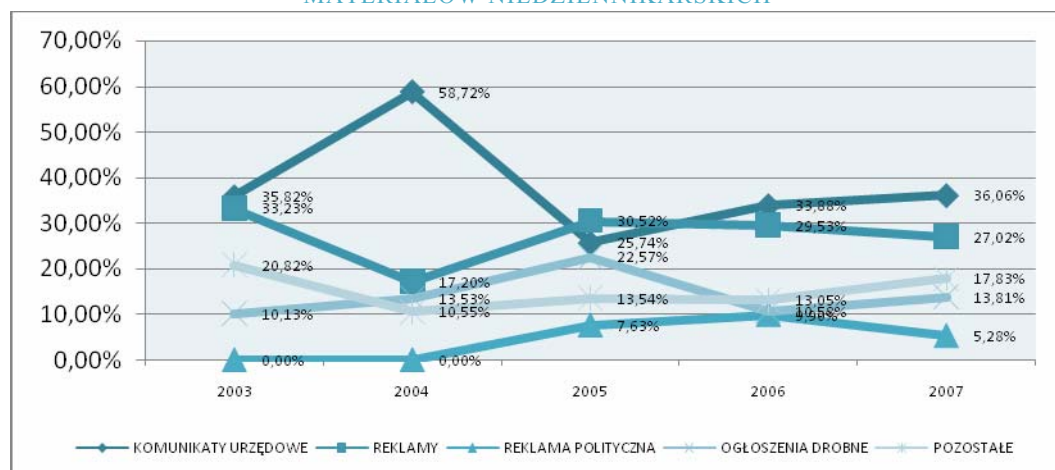
Średnio, w materiałach niedziennikarskich „Głosu Ornontowic” najczęściej było komunikatów urzędowych (39%), reklam (27%) i ogłoszeń (14%). Niektóre kategorie nie wystąpiły w ogóle w zawartości materiałów niedziennikarskich w ciągu pięciu analizowanych lat działalności pisma – nie było więc krzyżówek, horoskopów, humoru, galerii zdjęć ani kroniki policyjnej. Niektóre kategorie występowały incydentalnie, jak na przykład przysłowia, utwory literackie czy reprodukcje graficzne.

WYKRES 35 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – ŚREDNIA ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



Udział poszczególnych kategorii był zmienny w czasie – najczęściej komunikatów urzędowych było w roku 2004 a najmniej w 2005, kiedy to z kolei pojawiła się duża ilość reklamy politycznej (jeszcze więcej w roku 2006). Reklama w piśmie od trzech lat utrzymuje się na w miarę stałym poziomie, zajmując około 30% powierzchni materiałów niedziennikarskich.

WYKRES 36 „GŁOS ORNONTOWIC” PODSUMOWANIE – ZMIANY W ZAWARTOŚCI MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



Podsumowując, w „Głosie Ornontowic” rokiem przełomowym wydaje się być rok 2005, kiedy to zaobserwowano najwyższy udział publikacji lokalnych, najwyższy poziom upolitycznienia tych publikacji oraz najbardziej aprobatywny wydźwięk. W kolejnych latach sytuacja wydaje się zmierzać do zmniejszenia upolitycznienia, neutralizacji wydźwięku i stabilizacji poziomu publikacji lokalnych w okolicach 65%. „Głosu Ornontowic” nie można uznać za pismo, piszące przede wszystkim o działalności władz – nie świadczy o tym ani zawartość publikacji na ten temat, ani stopień upolitycznienia publikacji lokalnych. Jedynie ilość komunikatów urzędowych przemawia za tezą, że władze dostosowują pismo do własnych potrzeb.

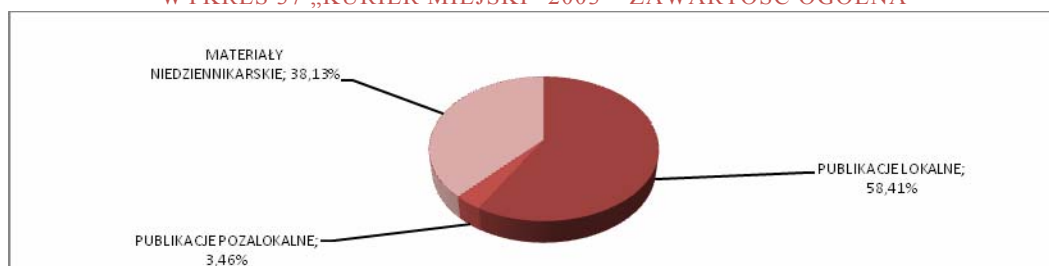
„Kurier Miejski”

„Kurier Miejski” rok 2003

Strona | 192

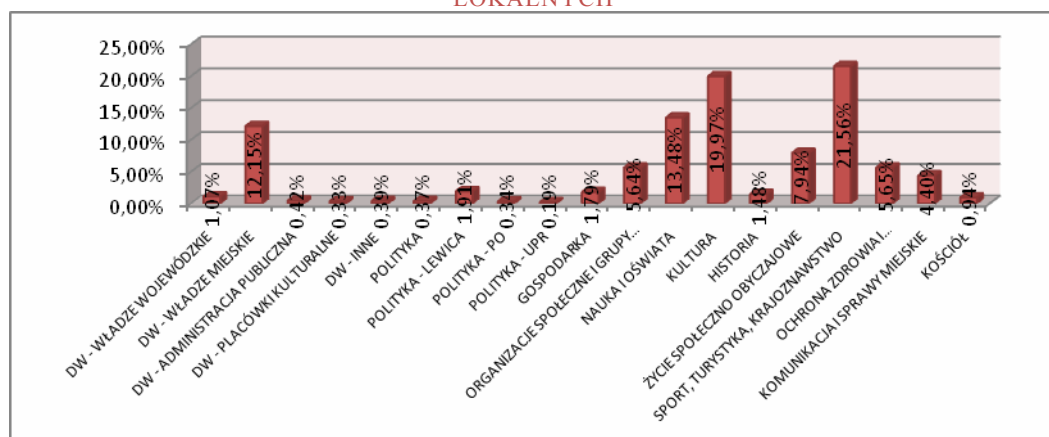
W roku 2003 Kurier ukazywał się jako dwutygodnik, choć w lipcu, sierpniu i wrześniu oraz listopadzie i grudniu ukazywał się raz w miesiącu. Ilość stron wahała się między 16 a 20. W październiku ukazał się pierwszy próbny darmowy numer, ale pismo do końca roku pozostało płatne. Ogólna zawartość „Kuriera Miejskiego” w roku 2003 to nieco ponad 58% publikacji lokalnych, ponad 38% materiałów niedziennikarskich i tylko niespełna 3,5% tematyki pozalokalne.

WYKRES 37 „KURIER MIEJSKI” 2003 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



Wśród publikacji lokalnych najbardziej popularną tematyką w pierwszym roku analizy Kuriera okazały się sport (21,5%), kultura (prawie 20%) oraz edukacja (ponad 13%), natomiast suma publikacji dotyczących działalności lokalnych władz wyniosła 14,35%.

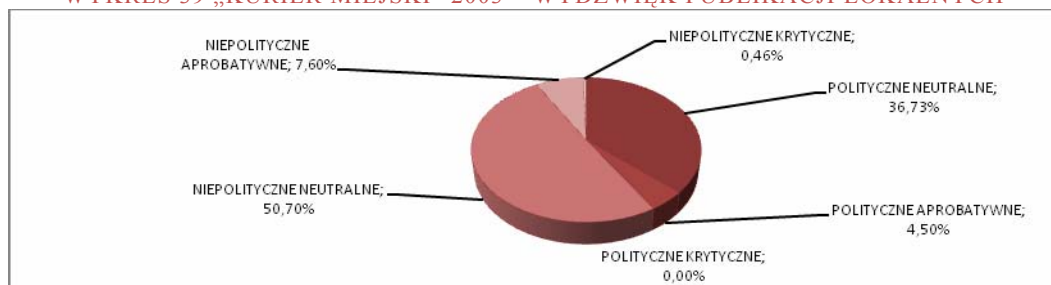
WYKRES 38 „KURIER MIEJSKI” 2003 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Publikacje lokalne w tym roku charakteryzowały się upolitycznieniem na poziomie 41,23%, należy więc stwierdzić, że większość materiałów nie była upolityczniona. Teksty poruszające tematy nie związane z działalnością władz

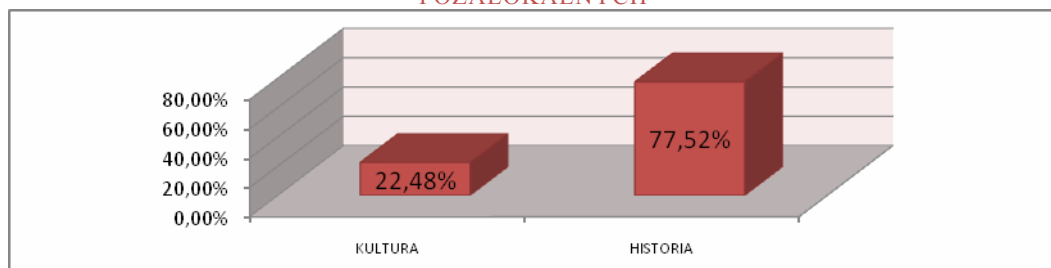
były upolitycznione w 26,88%. Większość materiałów miała wydźwięk neutralny, tylko niecałe 13% wydźwięk aprobatywny, publikacje krytyczne nie przekroczyły 0,5% powierzchni wszystkich tekstów o tematyce lokalnej.

WYKRES 39 „KURIER MIEJSKI” 2003 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



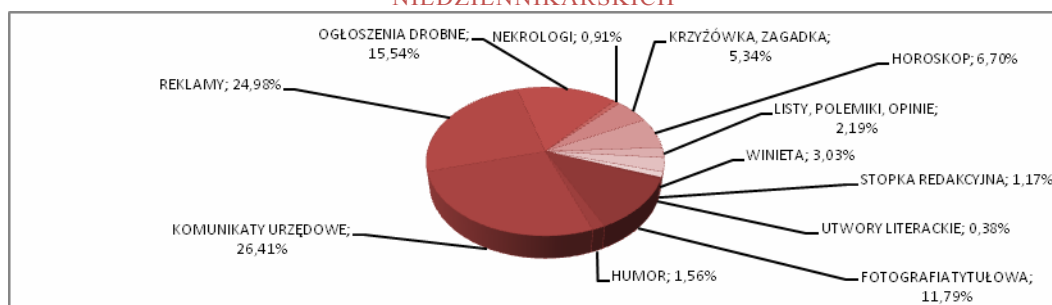
Tematyka pozalokalna w „Kurierze” w 2003 roku była bardzo mało zróżnicowana, dotyczyła jedynie (w dominującej części) historii (ponad 77%) oraz kultury (ponad 22%). Należy przypomnieć, że publikacje tego typu stanowiły w tym roku niecałe 3,5% powierzchni pisma.

WYKRES 40 „KURIER MIEJSKI” 2003 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Materiały niedziennikarskie, których było ponad 38%, zdominowane były przez komunikaty urzędowe (ponad 26%), reklamy (prawie 25%) oraz ogłoszenia (ponad 15%). Nie można jednak stwierdzić, że komunikaty urzędowe znacząco przeważały nad reklamą. Należy zwrócić uwagę na prawie 12% udział fotografii tytułowej w zawartości materiałów niedziennikarskich – jest to związane z formatem pisma, które na stronie tytułowej nie zamieszcza w tym roku artykułów wstępnych ani zapowiedzi zawartości pisma.

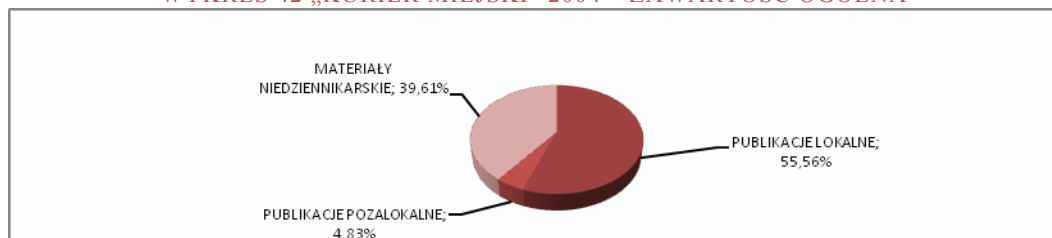
WYKRES 41 „KURIER MIEJSKI” 2003 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Kurier Miejski” rok 2004

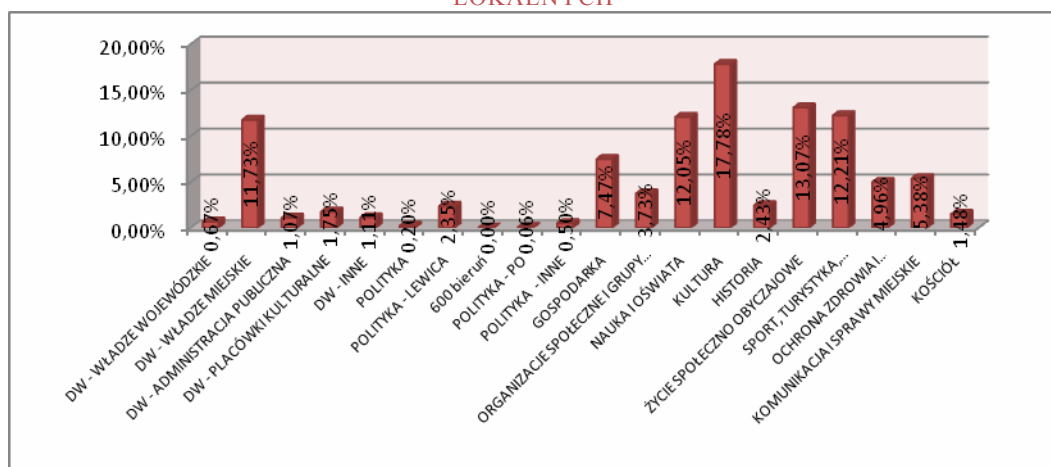
W roku 2004 „Kurier Miejski” jest już bezpłatnym miesięcznikiem wydawanym w dużym formacie (A3). Ukazało się jednak tylko 11 numerów, ponieważ wydanie listopadowe i grudniowe było wspólne. Zmniejsza się w „Kurierze Miejskim” zawartość publikacji lokalnych (do ponad 55%), jednak wpływa to tylko nieznacznie na zwiększenie się udziału materiałów o tematyce pozalokalne (niespełna 5%), do prawie 40% wzrasta zaś powierzchnia materiałów niedziennikarskich.

WYKRES 42 „KURIER MIEJSKI” 2004 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



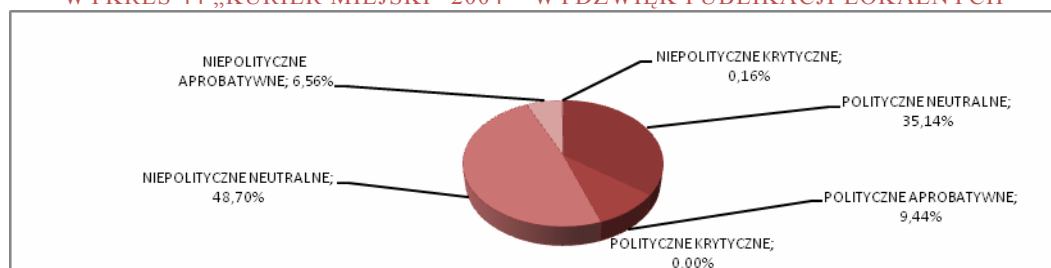
Tematyka publikacji lokalnych była bardzo zróżnicowana, jednak największą powierzchnię poświęcono kulturze (prawie 18%), sporo pisano też o życiu społecznym i obyczajowym (13%), tematyce sportowej (ponad 12%), nauce i oświacie (12%) oraz działalności miejskich władz (niespełna 12%). Ogólna powierzchnia materiałów dotyczących władz lokalnych wyniosła 16,33%, co pozwala postawić tę tematykę na drugim miejscu wśród najczęściej poruszanych kwestii lokalnych.

WYKRES 43 „KURIER MIEJSKI” 2004 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Upolitycznienie publikacji lokalnych w 2004 roku wyniosło 44,58% - nie dziwi to w kontekście dużej ilości publikacji na temat działalności władz, pozostałe publikacje były bowiem upolitycznione w 28,15%. Wydzźwięk publikacji był przede wszystkim neutralny (prawie 84%), materiały aprobatywne stanowiły około 16%, krytyczne były marginalne.

WYKRES 44 „KURIER MIEJSKI” 2004 – WYDZWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



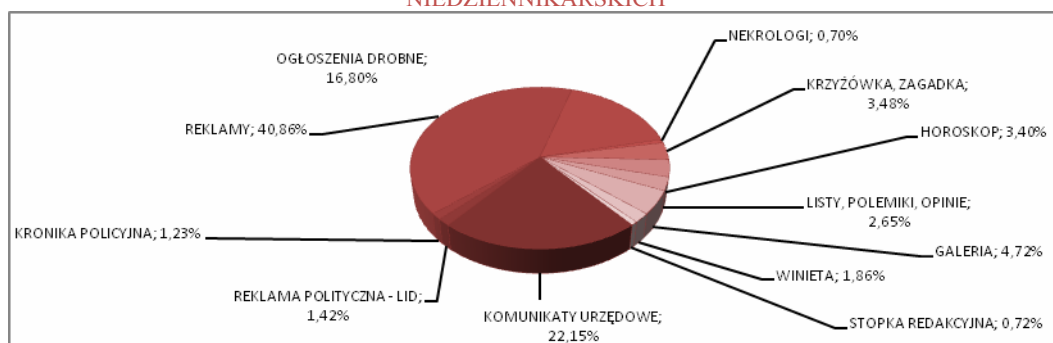
W materiałach pozalokalnych obserwujemy nieco większe zróżnicowanie, niż w roku ubiegłym (5 kategorii), dominującą tematyką okazała się tu problematyka Unii Europejskiej (prawie 50%) , sporo pisano też o kulturze (ponad 21%).

WYKRES 45 „KURIER MIEJSKI” 2004 - ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Wśród prawie 38% powierzchni materiałów niedziennikarskich dominującą kategorią była reklama (prawie 41%), na drugim miejscu znalazły się komunikaty urzędowe (ponad 22%). W roku tym pojawiła się też reklama polityczna - zamieszczona przez Lewicę i Demokratów.

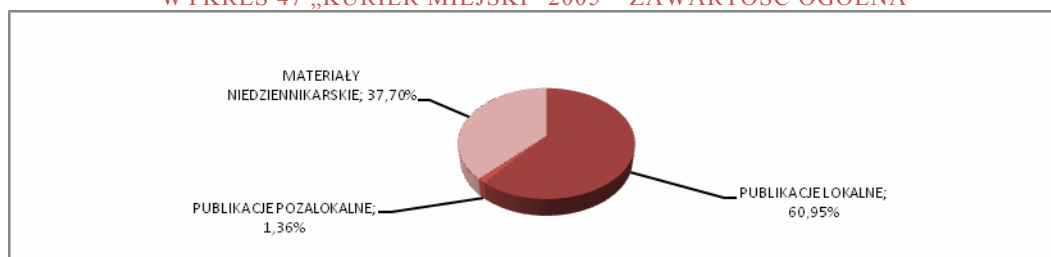
WYKRES 46 „KURIER MIEJSKI” 2004 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Kurier Miejski” rok 2005

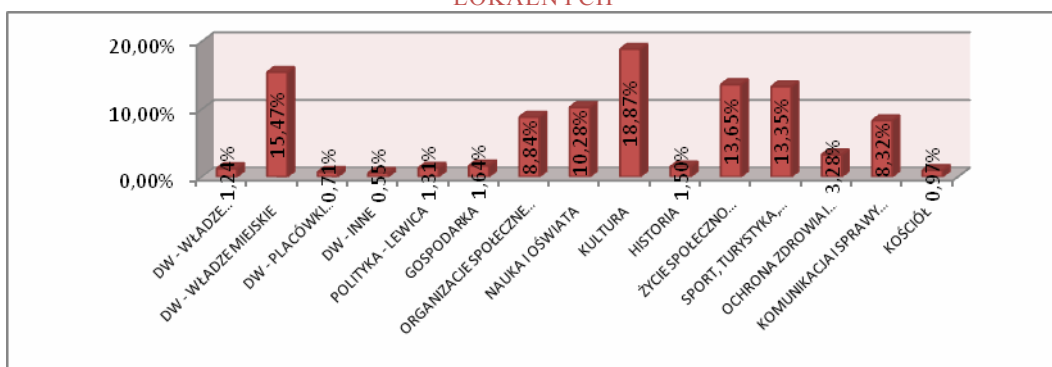
W trzecim badanym roku ukazywania się Kuriera Miejskiego nie wydano numeru majowego. Utrzymała się zaobserwowana wcześniej w jego zawartości tendencja – publikacje lokalne stanowiły niecałe 61%, materiały niedziennikarskie znów prawie 38% a publikacje pozalokalne niespełna 1,4%.

WYKRES 47 „KURIER MIEJSKI” 2005 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



W dość zróżnicowanej tematyce lokalnej dominowała kultura (prawie 19%), ale już na drugim miejscu znalazły się publikacje opisujące działalność władz miejskich (ponad 15%). Ogólnie tematyka działalności władz lokalnych zajęła 17,97% powierzchni wszystkich publikacji lokalnych. Pojawiły się też materiały o tematyce politycznej i dotyczyły działalności lewicy.

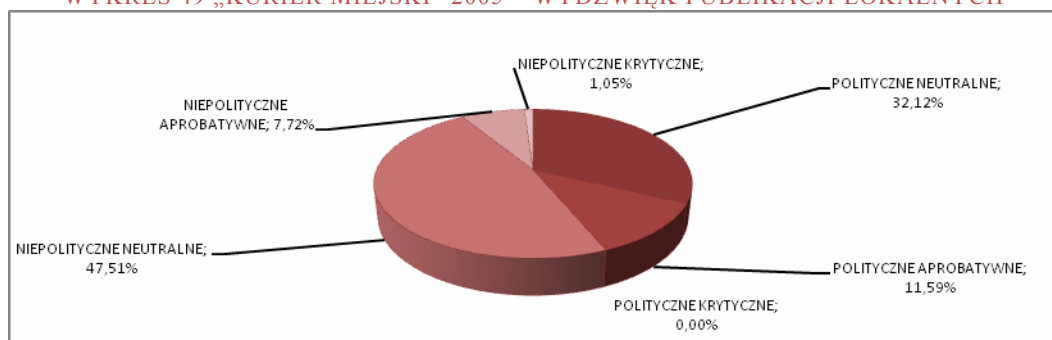
WYKRES 48 „KURIER MIEJSKI” 2005 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Strona | 197

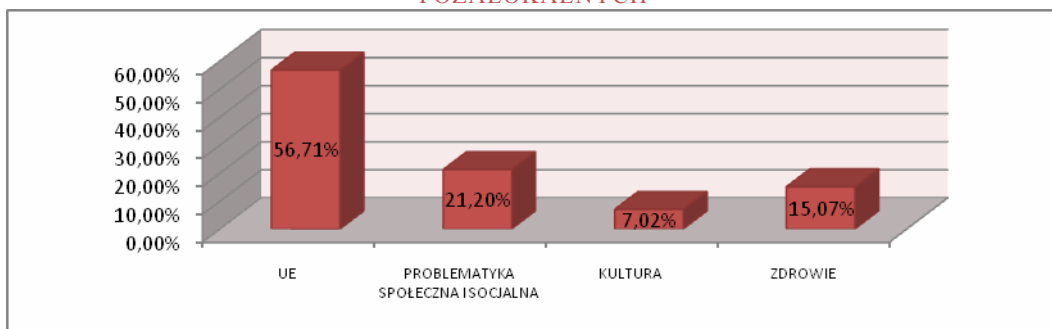
Upolitycznienie publikacji lokalnych osiągnęło w „Kurierze Miejskim” w 2005 roku poziom 43,72% (w materiałach nie związanych z działalnością władz – 25,81%). Większość materiałów była neutralna (prawie 80%), obserwujemy jednak nieznaczny wzrost publikacji aprobatywnych (ponad 19%).

WYKRES 49 „KURIER MIEJSKI” 2005 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



W nierzadziej tematyce pozalokальной dominowała problematyka Unii Europejskiej (ponad 56%), mniej znaczące były publikacje na tematy społeczne i socjalne (ponad 21%), zdrowotne (15%) i kulturalne (7%).

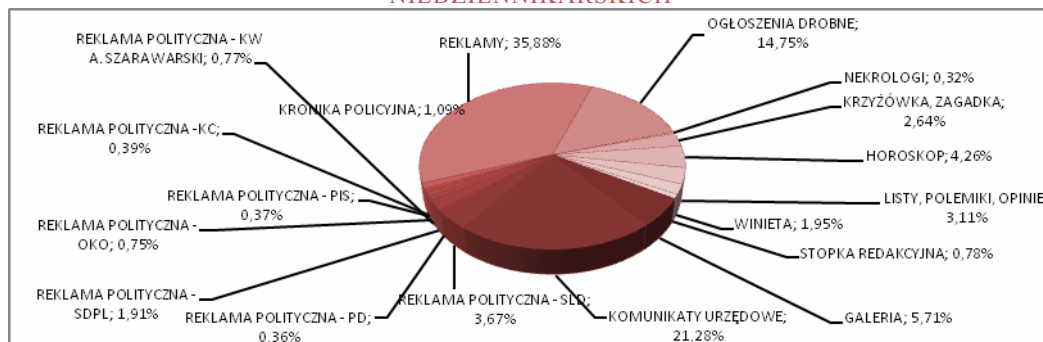
WYKRES 50 „KURIER MIEJSKI” 2005 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich tradycyjnie dominowały reklamy (prawie 36%) i komunikaty urzędowe (ponad 21%). Pojawiła się reklama polityczna – największa ilość pochodziła od SLD, mniejsze jej ilości zamieściły

sztaby: SDPL, Andrzeja Szarawarskiego, Ogólnopolskiej Koalicji Obywatelskiej, Prawa i Sprawiedliwości, Partii Demokratycznej oraz Komitetu Centrum.

WYKRES 51 „KURIER MIEJSKI” 2005 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH

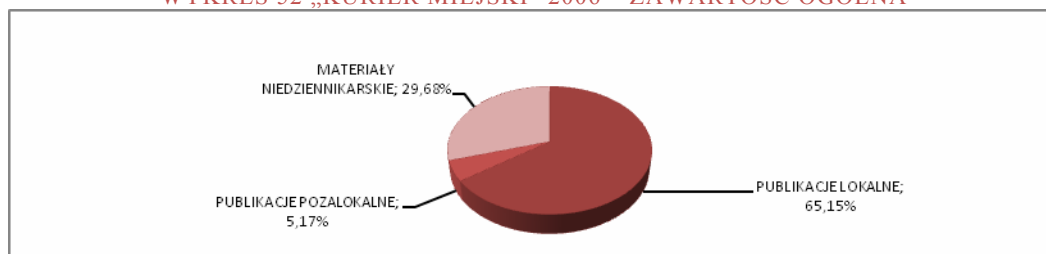


Strona | 198

„Kurier Miejski” rok 2006

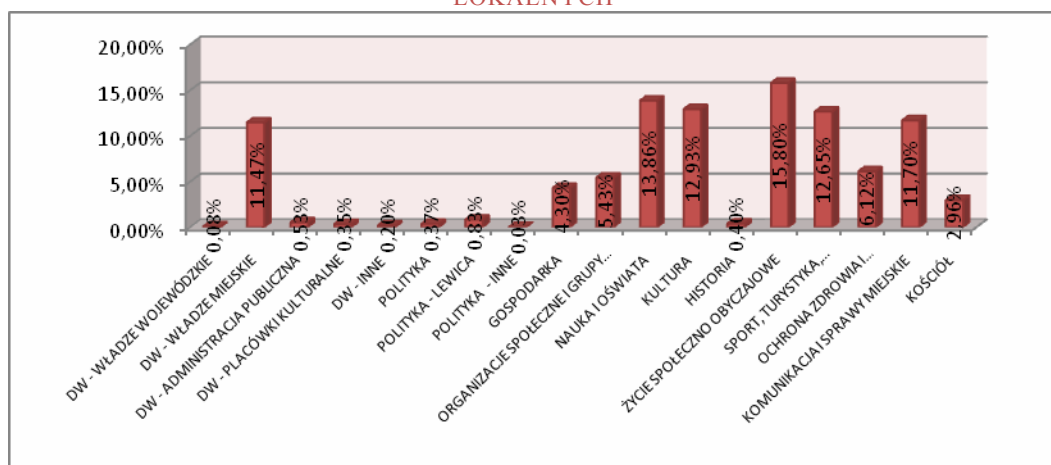
W roku 2006 ukazało się 10 numerów „Kuriera Miejskiego”, wydania dla lipca i sierpnia oraz dla listopada i grudnia były wspólne. W tym roku stwierdzamy w Kurierze dość znaczny spadek powierzchni materiałów niedziennikarskich (niecałe 30%), co przekłada się na zwiększenie udziału zarówno publikacji lokalnych (ponad 65%), jak i pozalokalnych (ponad 5%).

WYKRES 52 „KURIER MIEJSKI” 2006 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



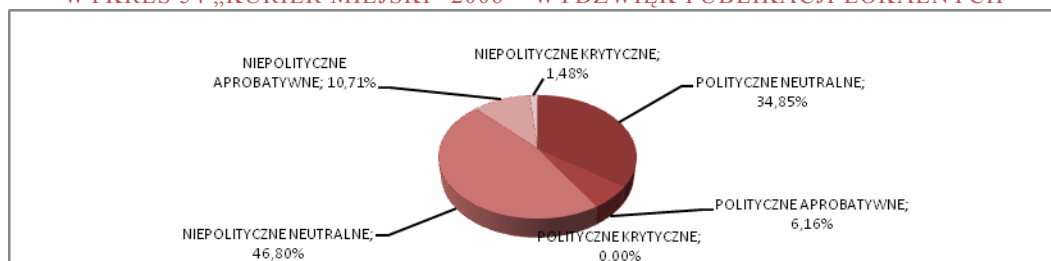
W tematyce lokalnej dominowało życie społeczne i obyczajowe (prawie 16%), niewiele mniej uwagi poświęcono nauce i oświacie (prawie 14%), kulturze (prawie 13%) i sportowi (ponad 12%). Tematyka władz lokalnych zajęła w sumie 12,62%, a więc mniej, niż którakolwiek z wymienionych wcześniej kategorii. Tematyka polityczna w tym roku dotyczyła przede wszystkim działalności lewicy, ale pojawiły się też publikacje na temat ogólnej problematyki politycznej.

WYKRES 53 „KURIER MIEJSKI” 2006 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



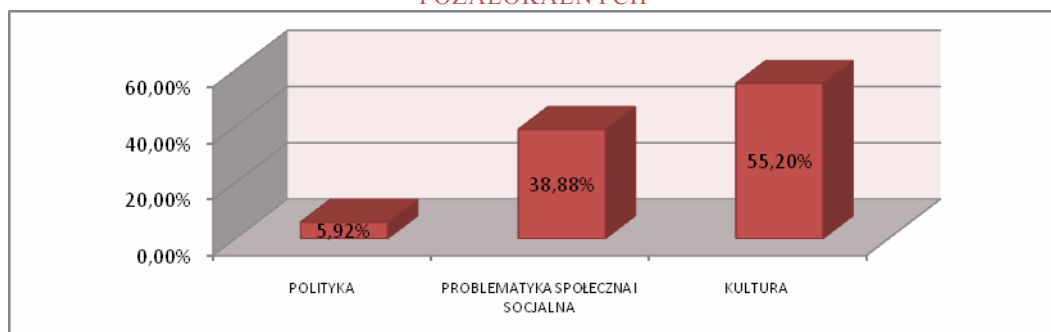
Upolitycznienie materiałów lokalnych w roku 2006 wyniosło 41,01%, w tym 28,4% to teksty nie związane z działalnością władz. Publikacji aprobatywnych było niecałe 16%, więc podobnie jak w latach ubiegłych. Publikacje krytyczne, których było niecałe 1,5% dotyczyły tematyki niepolitycznej.

WYKRES 54 „KURIER MIEJSKI” 2006 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



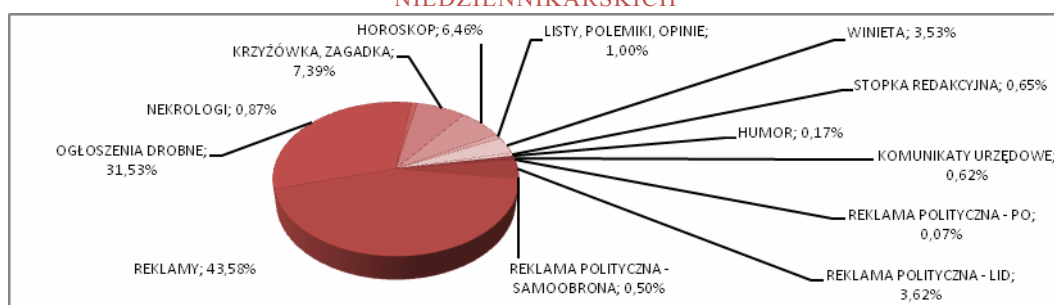
W tematyce pozalokalnej, która zajęła w 2006 roku 5,17% wystąpiły tylko 3 kategorie tematyczne – najwięcej miejsca poświęcono kulturze (55%), mniej problematyce społecznej i socjalnej (niepełna 39%), pojawiły się też materiały na tematy polityczne (prawie 6%).

WYKRES 55 „KURIER MIEJSKI” 2006 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Wśród publikacji niedziennikarskich zdecydowanie dominowały reklamy (ponad 43%) oraz ogłoszenia (ponad 31%). Zaskoczeniem jest drastyczne zmniejszenie ilości komunikatów urzędowych (poniżej 1%). Wśród reklam politycznych najwięcej powierzchni poświęcono Lewicy i Demokratom, pojawiły się też ogłoszenia Samoobrony i Platformy Obywatelskiej, ale o wiele mniejszej powierzchni.

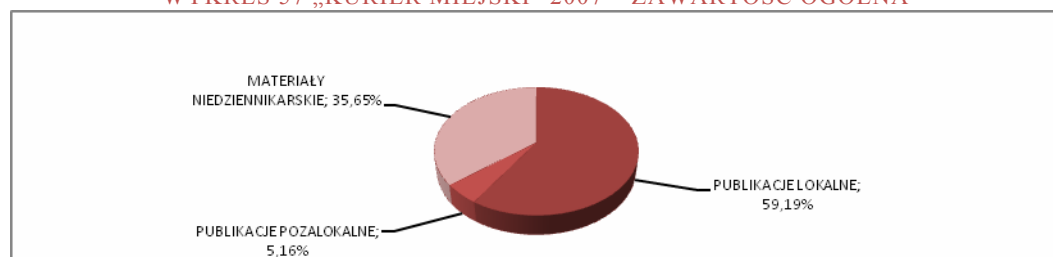
WYKRES 56 „KURIER MIEJSKI” 2006 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Kurier Miejski” rok 2007

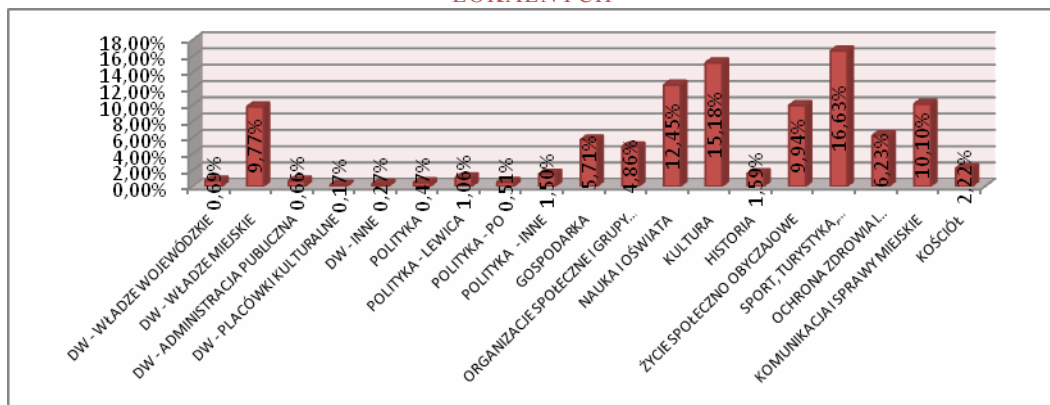
W roku 2007 obserwujemy znowu zwiększenie powierzchni materiałów niedziennikarskich (do prawie 36%), co odbywa się kosztem publikacji lokalnych (59%), ponieważ publikacje pozalokalne utrzymują się na prawie identycznym co w 2006 roku poziomie wynoszącym nieco ponad 5%. W roku tym ukazało się 11 numerów pisma, ponieważ wydanie lipcowo – sierpniowe było wspólne.

WYKRES 57 „KURIER MIEJSKI” 2007 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



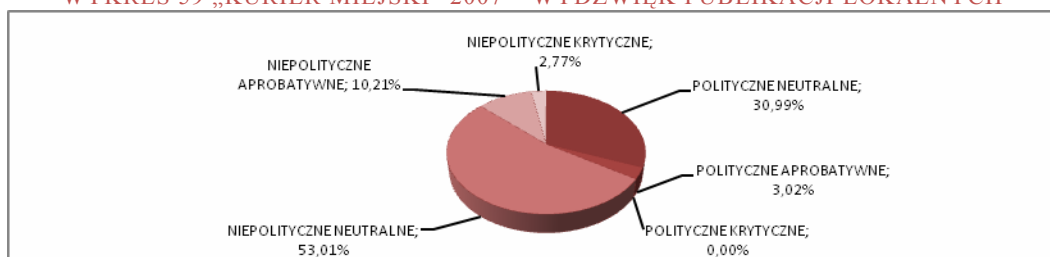
Tematyka lokalna była bardzo zróżnicowana i przez to bardzo rozdrobniona, jednak najwięcej uwagi poświęcono sportowi (niespełna 17%), kulturze (ponad 15%) oraz nauce i oświacie (ponad 12%). Tematyka działalności władz zajęła w sumie 11,55%. W tematyce politycznej najwięcej uwagi poświęcono lewicy, ale pojawiły się też publikacje na temat innych ugrupowań.

WYKRES 58 „KURIER MIEJSKI” 2007 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



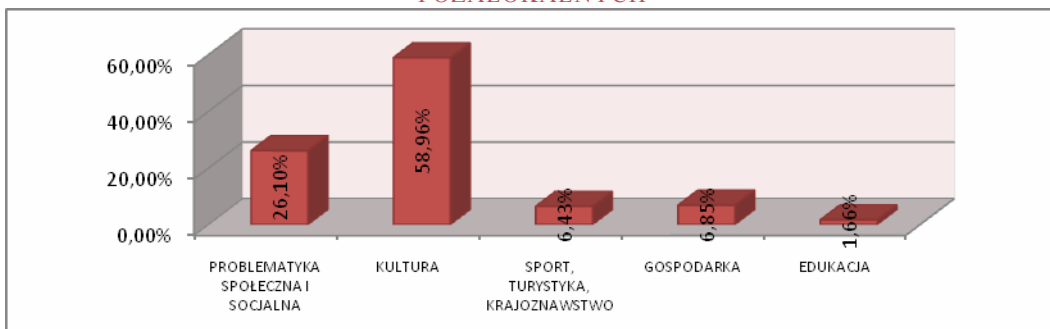
W roku tym upolitycznionych było 34,01% publikacji lokalnych (22,46% tekstów o tematyce politycznie neutralnej). Wśród nieco ponad 13% materiałów o wydźwięku aprobatywnym tylko 3% to publikacje upolitycznione.

WYKRES 59 „KURIER MIEJSKI” 2007 – WYDŹWIEK PUBLIKACJI LOKALNYCH



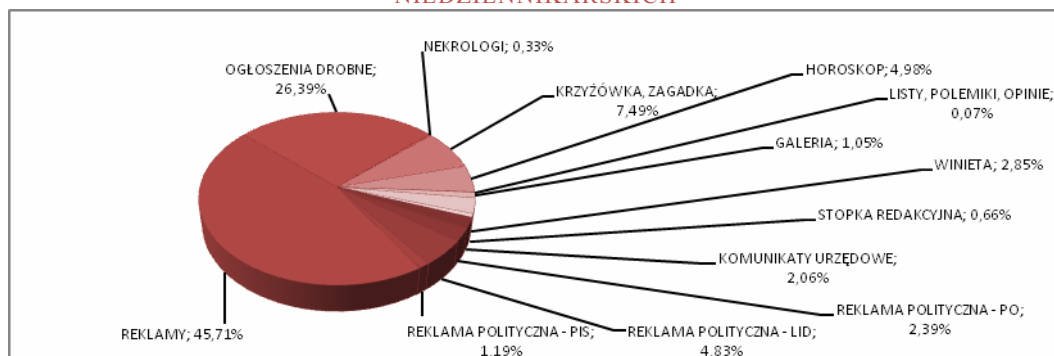
Problematyka pozalokalna była dość zróżnicowana, najwięcej pisano o kulturze (prawie 59%), sporo również na tematy społeczne i socjalne (26%).

WYKRES 60 „KURIER MIEJSKI” 2007 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich utrzymała się tendencja do dominacji reklamy (prawie 46%) i ogłoszeń (ponad 26%). Komunikatów urzędowych było nieco ponad 2%. Reklama polityczna to znów przede wszystkim Lewica i Demokraci (prawie 5%), Platforma Obywatelska zamieściła o połowę mniej ogłoszeń, jeszcze mniej było reklam Prawa i Sprawiedliwości.

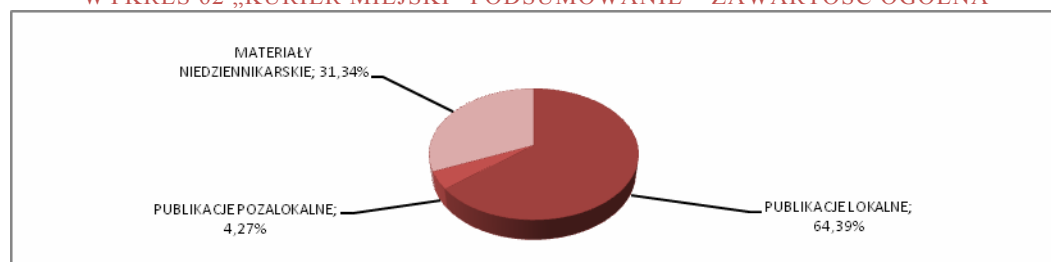
WYKRES 61 „KURIER MIEJSKI” 2007 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Kurier Miejski” – wyniki średnie i tendencje zmian w piśmie

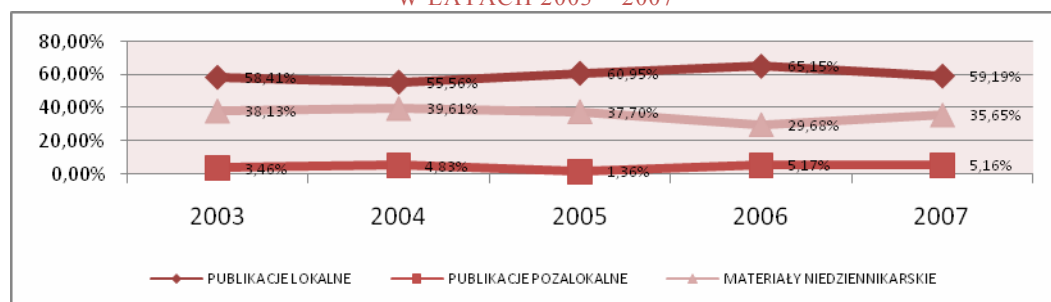
Przeanalizowano 62 numery „Kuriera Miejskiego”. W latach 2003 – 2007 średnia zawartość publikacji lokalnych w ogólnej powierzchni „Kuriera Miejskiego” wyniosła nieco ponad 64%, materiały niedziennikarskie stanowiły ponad 31% a publikacje pozalokalne ponad 4%.

WYKRES 62 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



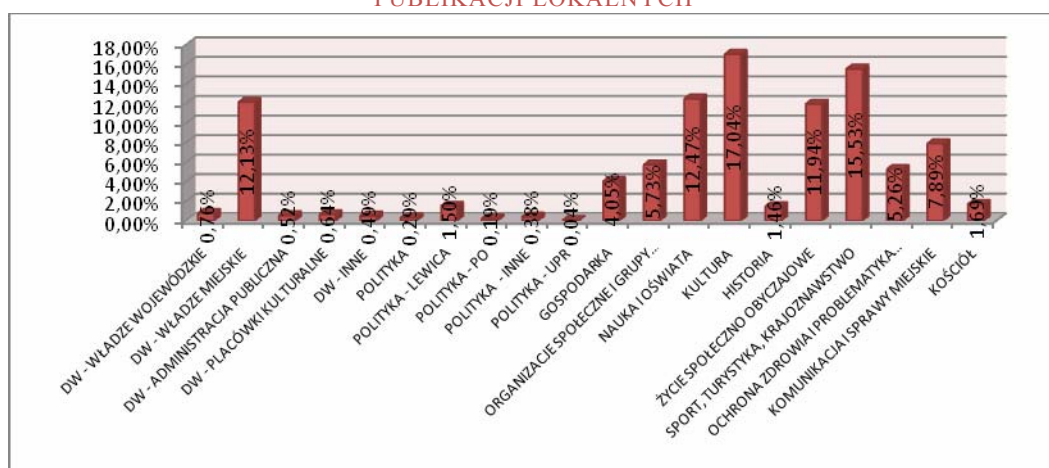
Analiza dynamiki zawartości „Kuriera Miejskiego” w poszczególnych latach pokazuje, że zawartość poszczególnych kategorii publikacji w piśmie jest w miarę stała za wyjątkiem roku 2006, kiedy miał miejsce duży wzrost ilości publikacji lokalnych i spadek materiałów niedziennikarskich. Generalnie, zawartość materiałów niedziennikarskich w pozostałych latach była bardzo wysoka.

WYKRES 63 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – ZMIANY ZAWARTOŚCI OGÓLNEJ W LATACH 2003 – 2007



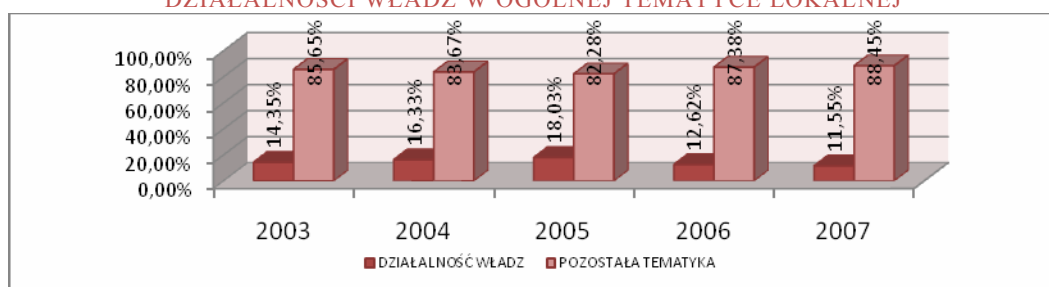
W tematyce lokalnej „Kuriera Miejskiego” w badanych latach dominowała kultura (17%), nieco mniej miejsca poświęcano problematyce sportowej (ponad 15%), nauce i oświacie (ponad 12%). Średnio wszystkie kategorie związane z działalnością lokalnych władz i podległych im urzędów zajęły 14,54% powierzchni publikacji lokalnych, co stawia tę tematykę na trzecim miejscu wśród najczęściej podejmowanej problematyki.

WYKRES 64 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Tematyka działalności władz w „Kurierze Miejskim” nigdy nie była dominująca, choć zajmowała ważne miejsce. Do roku 2005 jej zawartość w piśmie nieznacznie rosła, by w ostatnich dwóch latach zmniejszyć swoją objętość, choć wciąż utrzymywała się na poziomie przekraczającym 10%, co obrazuje poniższy wykres.

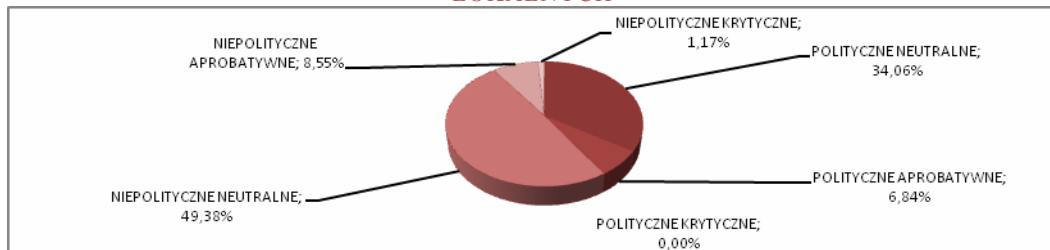
WYKRES 65 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – UDZIAŁ TEMATYKI DZIAŁALNOŚCI WŁADZ W OGÓLNEJ TEMATYCE LOKALNEJ



Średnie upolitycznienie publikacji lokalnych w „Kurierze Miejskim” wyniosło 40,9%, teksty nie związane z działalnością władz i instytucji podległych władzom były upolitycznione na poziomie 26,36%, zatem przeważająca część materiałów nie była upolityczniona. Większość również cechowała się wydźwiękiem neutralnym. Wśród publikacji o wydźwięku aprobatywnym więcej było nieupolitycznionych, co skłania ku stwierdzeniu, że kontekst polityczny był

przedstawiany raczej neutralnie, jednak należy pamiętać, że niemal wszystkie publikacje krytyczne były nieupolitycznione.

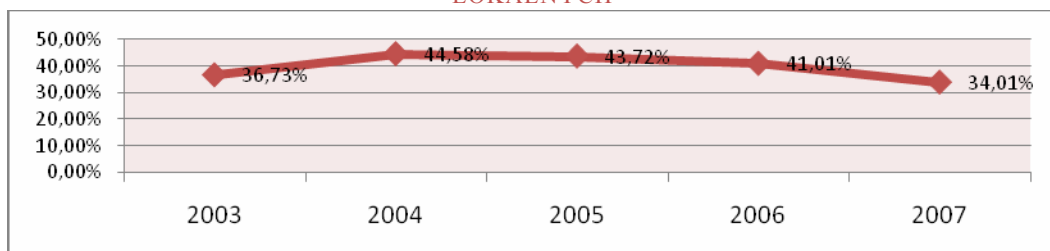
WYKRES 66 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



Strona | 204

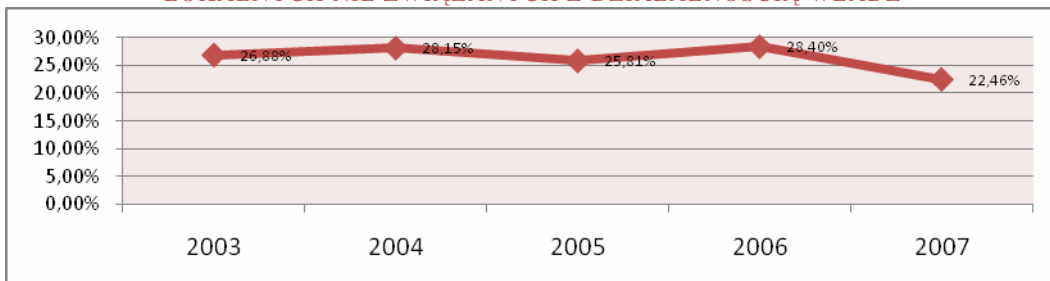
Upolitycznienie publikacji w „Kurierze” było zmienne w poszczególnych latach, największą wartość osiągnęło w roku 2004 i 2005 (nigdy jednak nie przekroczyło granicy 50%), od dwóch lat maleje, co obrazuje poniższy wykres.

WYKRES 67 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – UPOLITYCZNIE NIE PUBLIKACJI LOKALNYCH



Okazuje się, że obraz upolitycznienia publikacji niezwiązanych z działalnością lokalnych władz jest różny od upolitycznienia ogólnego –w 2005 roku odnotowano jego znaczny spadek, choć ogólne upolitycznienie spadło nieznacznie, później nastąpił jego wzrost (podczas, gdy ogólne upolitycznienie spadło) i kolejny spadek w roku 2007.

WYKRES 68 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – UPOLITYCZNIE NIE PUBLIKACJI LOKALNYCH NIE ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ



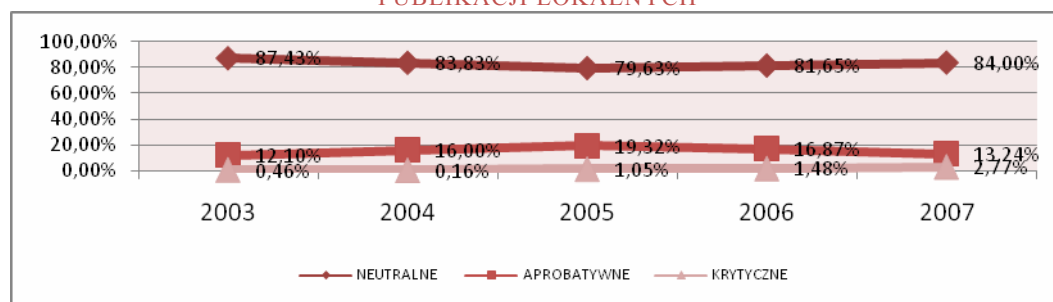
Tematyką najbardziej upolitycznioną wśród publikacji nie dotyczących bezpośrednio działalności władz lokalnych okazały się: komunikacja i sprawy miejskie, gospodarka oraz polityka, najmniej zaś – tematyka historyczna, sportowa oraz religijna.

TABELA 4 „KURIER MIEJSKI” UPOLITYCZNIE NIE POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII PUBLIKACJI NIE ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	UPOLITYCZNIO NE	NIEUPOLITYCZNIO NE
POLITYKA	55,70	44,30
LEWICA	42,18	57,82
GOSPODARKA	56,74	43,26
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	29,49	71,87
NAUKA I OŚWIATA	30,02	71,77
KULTURA	22,58	81,06
HISTORIA	3,85	96,15
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	53,54	52,34
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	14,37	87,24
OCHRONA ZDROWIA I PROBLEMATYKA SOCJALNA	18,63	83,06
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	60,46	48,29
KOŚCIÓŁ	12,07	87,93

Wydźwięk zdecydowanej większości publikacji w ciągu badanych 5 lat był neutralny, jednak do 2005 roku nieznacznie rosła ilość materiałów aprobatywnych, by w ciągu ostatnich dwóch lat obniżyć się. W tych samych latach nieznacznie wzrasta udział publikacji krytycznych.

WYKRES 69 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – DYNAMIKA WYDŹWIĘKU PUBLIKACJI LOKALNYCH



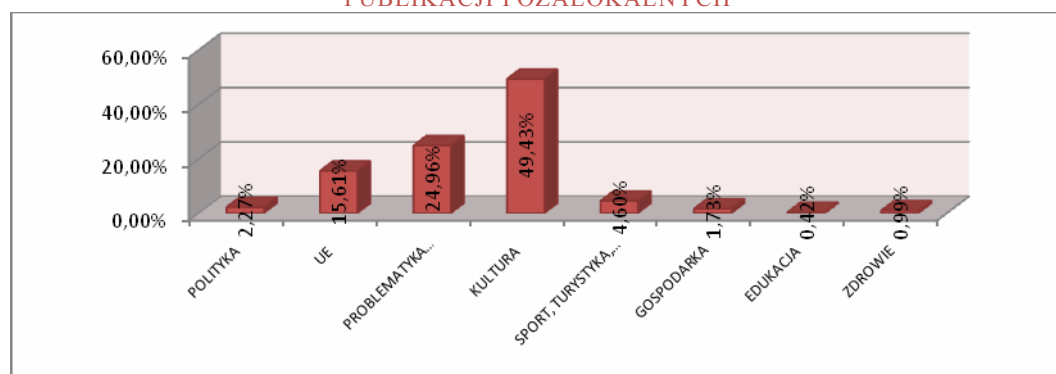
Wydźwięk neutralny był najbardziej charakterystyczny dla relacjonowania działalności władz powiatowych, polityków lewicy oraz dla przedstawiania informacji o życiu religijnym. W kontekście aprobatywnym pisano najczęściej o działalności placówek kulturalnych oraz o polityce a w krytycznym – na temat życia społeczno – obyczajowego.

TABELA 5 „KURIER MIEJSKI” – WYDŹWIĘK POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII
TEMATYCZNYCH PUBLIKACJI LOKALNYCH (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	NEUTRALN E	APROBATYWN E	KRYTYCZN E
DZIAŁALNOŚĆ WŁADZ LOKALNYCH:			
WŁADZE POWIATOWE	100,00	0,00	0,00
WŁADZE GMINNE	93,53	6,47	1,26
ADMINISTRACJA PUBLICZNA	98,24	1,76	0,00
PLACÓWKI KULTURALNE	50,05	49,95	0,00
INNE	69,57	30,43	0,00
POLITYKA	68,56	31,44	0,00
LEWICA	94,68	5,32	0,00
GOSPODARKA	86,45	11,77	1,78
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	71,93	27,48	1,96
NAUKA I OŚWIATA	80,83	19,17	1,79
KULTURA	89,90	10,10	3,63
HISTORIA	87,35	12,65	0,00
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	70,96	25,04	9,88
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	83,24	15,53	2,83
OCHRONA ZDROWIA I PROBLEMATYKA SOCJALNA	82,60	17,15	1,95
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	84,34	15,25	9,16
KOŚCIÓŁ	91,51	8,49	0,00

W publikacjach pozalokalnych dominującą tematyką była kultura (ponad 49%), zajmowano się też kwestiami społecznymi i socjalnymi (prawie 25%) oraz problematyką Unii Europejskiej (ponad 15%).

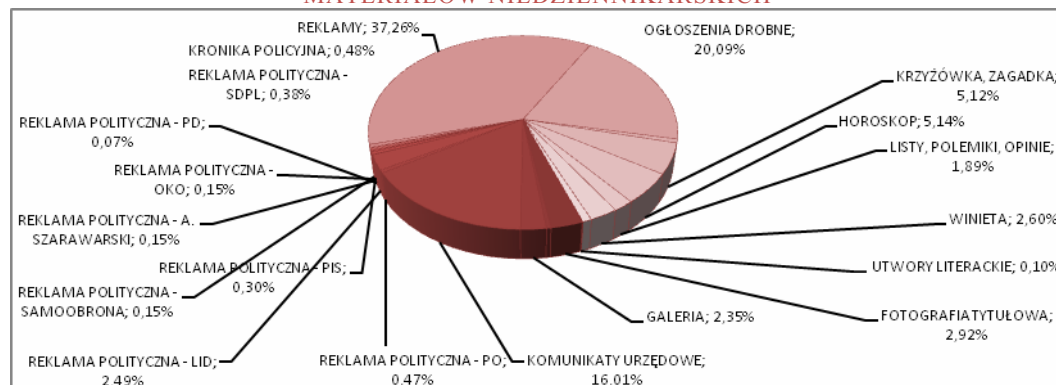
WYKRES 70 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA
PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich w „Kurierze Miejskim” najwięcej było reklam (ponad 37%), ogłoszeń (20%) oraz komunikatów urzędowych (16%).

Zwraca uwagę wielość kategorii występujących w materiałach niedziennikarskich i ich zróżnicowanie.

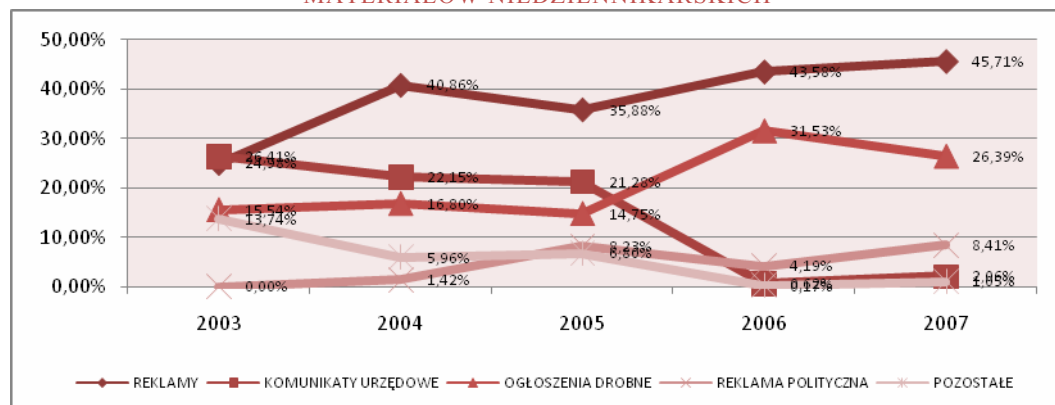
WYKRES 71 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – ŚREDNIA ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



Strona | 207

Jednak struktura owych materiałów w poszczególnych latach była zmienna. Od roku 2003 dość systematycznie rośnie ilość reklamy w piśmie a spada poziom komunikatów urzędowych (szczególnie po 2005 roku). Poziom reklamy politycznej jest najwyższy w latach 2005 i 2007, co jest związane z wyborami parlamentarnymi a nasuwa wniosek, że lokalne ugrupowania polityczne bardziej aktywizują się przed wyborami parlamentarnymi właśnie, niż przed lokalnymi, albo – co jest bardziej śmiałym wnioskiem – że dostęp do reklamy na łamach pisma przed wyborami samorządowymi jest utrudniony dla ugrupowań spoza aktualnego obozu rządzącego w mieście (przypomnijmy, że w 2006 roku suma powierzchni reklamy politycznej LID była siedmiokrotnie większa od sumy reklam pozostałych ugrupowań).

WYKRES 72 „KURIER MIEJSKI” PODSUMOWANIE – ZMIANY W ZAWARTOŚCI MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



Podsumowując, można stwierdzić, że od 2005 roku pismo przechodzi przemianę, zmierzającą do nadania mu bardziej neutralnego politycznie charakteru – zwiększa się zawartość materiałów dziennikarskich, spada

upolitycznienie i zawartość publikacji na temat działalności władz, zwiększa się neutralność publikacji. W materiałach niedziennikarskich obserwujemy tendencję do bardziej rynkowego funkcjonowania pisma, zwiększa się bowiem ilość reklam a spada powierzchnia komunikatów urzędowych. Upolitycznienie „Kuriera” nie przekroczyło w żadnym z badanych lat granicy 50% publikacji lokalnych, podobnie jak tematyka działalności władz nigdy nie była dominująca. Za tezę o podporządkowaniu pisma interesom władz miejskich przemawia jedynie fakt, że i tematyka polityczna, i reklama polityczna poświęcone były głównie lewicy, która stanowi polityczne zaplecze obecnej władzy w Sosnowcu.

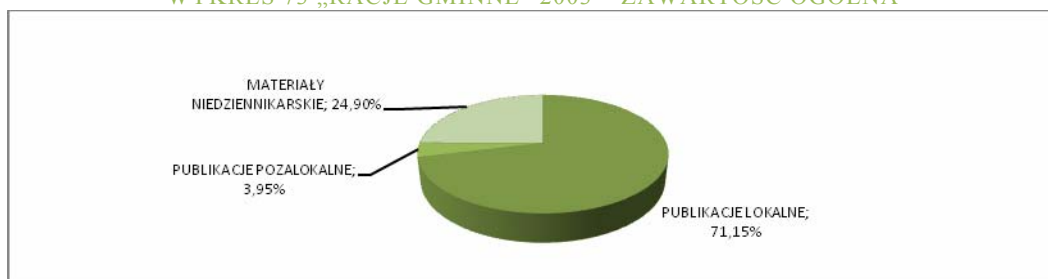
„Racje Gminne”

„Racje Gminne” rok 2003

Strona | 209

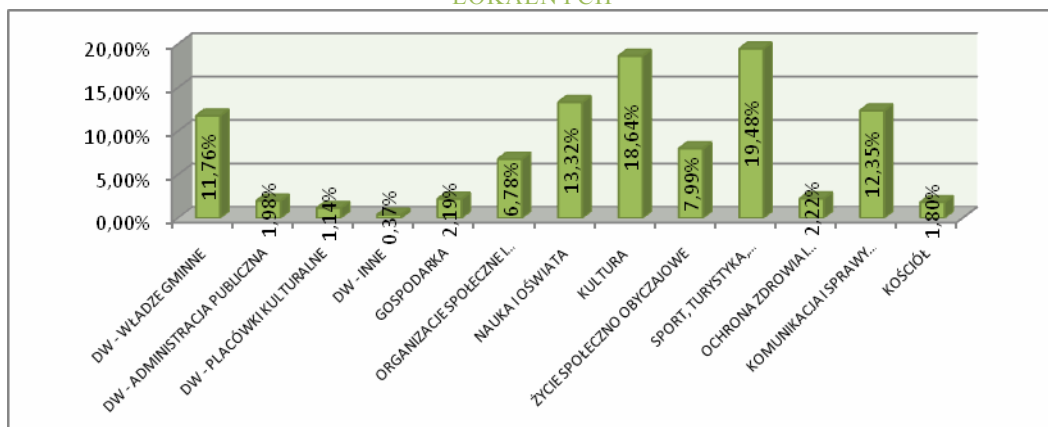
„Racje Gminne” ukazywały się w roku 2003 co dwa tygodnie, większość numerów liczyła 12 stron za wyjątkiem wydań 2 i 3, które miały po 16 stron. W roku 2003 w ogólnej zawartości „Racji Gminnych” ponad 70% powierzchni stanowiły publikacje lokalne, nielokalne niespełna 4% a materiały niedziennikarskie prawie 25%.

WYKRES 73 „RACJE GMINNE” 2003 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



Wśród publikacji lokalnych dominowała tematyka sportowa (ponad 19%), kulturalna (ponad 18%) oraz kwestie nauki i oświaty (ponad 13%). Materiały dotyczące działalności lokalnych władz zajęły w sumie 15,24%, a więc więcej niż wspomniana nauka i oświata – tematyka działalności władz lokalnych znalazła się w pierwszej trójce najpopularniejszych tematów tego roku.

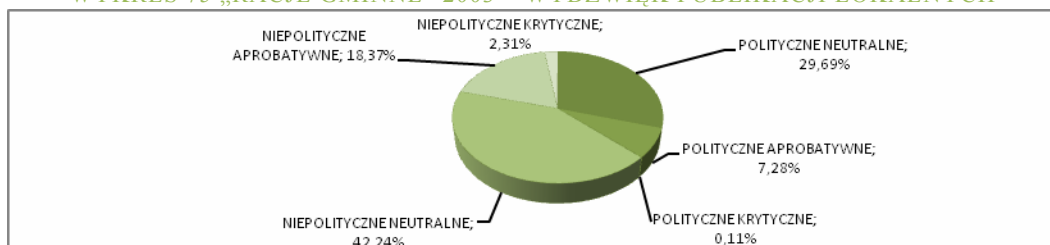
WYKRES 74 „RACJE GMINNE” 2003 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Poziom upolitycznienia materiałów lokalnych w Racjach w 2003 roku wyniósł 37,08%. W publikacjach nie związanych z działalnością władz lokalnych upolitycznienie wyniosło 21,84%. Najczęściej występowały teksty o wydźwięku neutralnym (72%), aprobatywnych było ponad 25%, jednak tylko 7% to publikacje

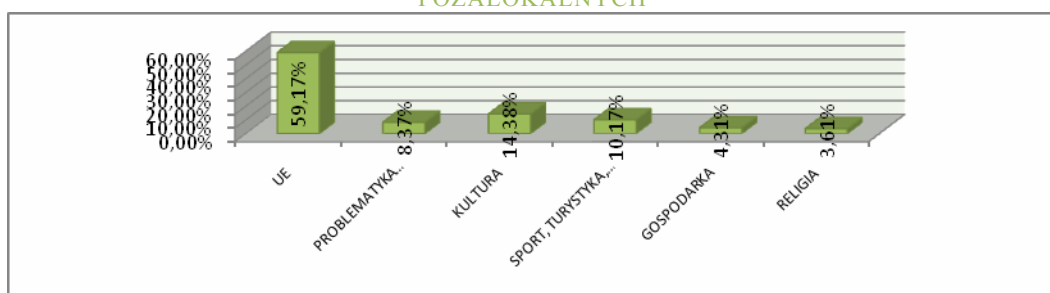
upolitycznione. Kontekst polityczny idzie więc tu w parze z raczej neutralnym wydźwiękiem. Wydźwięk krytyczny, charakterystyczny dla niespełna 2,5% publikacji występuje prawie wyłącznie w odniesieniu do materiałów niepolitycznych.

WYKRES 75 „RACJE GMINNE” 2003 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



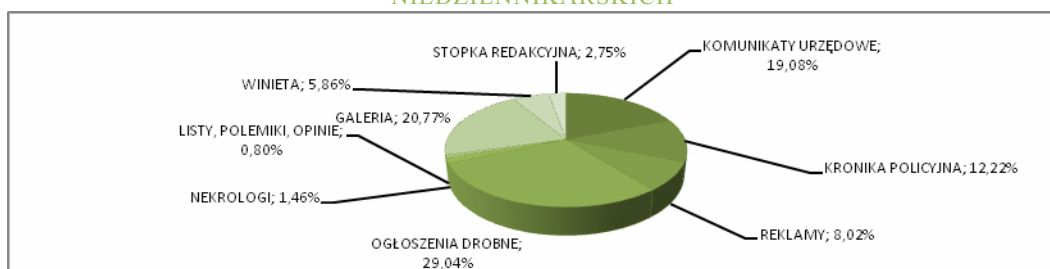
Wśród publikacji pozalokalnych, których było w tym roku niecałe 4% obserwujemy spore zróżnicowanie (6 kategorii), jednak najwięcej uwagi poświęcono tematyce Unii Europejskiej – ponad 59% materiałów pozalokalnych, kultura zajęła ponad 14% powierzchni tej kategorii a sport 10%.

WYKRES 76 „RACJE GMINNE” 2003 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Materiały niedziennikarskie w 2003 roku były zdominowane w piśmie przez ogłoszenia (ponad 29%), sporo miejsca poświęcono też na galerię zdjęć (prawie 21%) i komunikaty urzędowe (19%). Reklamy zajmowały niewiele ponad 8% całej powierzchni materiałów niedziennikarskich.

WYKRES 77 „RACJE GMINNE” 2003 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH

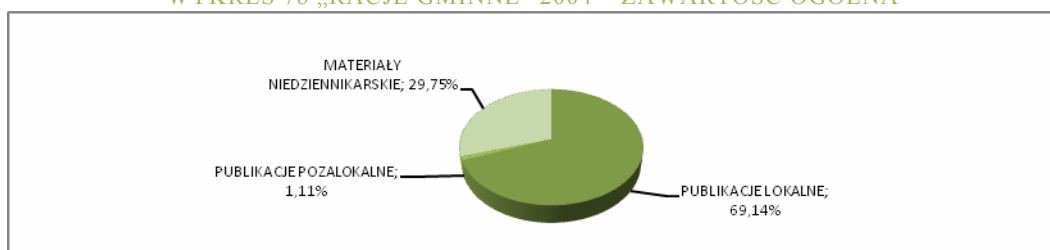


„Racje Gminne” rok 2004

W Roku 2004 obserwujemy w „Racjach Gminnych” wzrost zawartości materiałów niedziennikarskich (do prawie 30%) i spadek publikacji pozalokalnych (stanowią niewiele ponad 1% powierzchni). Publikacje lokalne zajmują ponad 69%. Pismo ukazywało się z częstotliwością raz na dwa tygodnie, większość numerów liczyła 12 stron, poza wydaniem numer 1, 2, 6, 23, które liczyły po 16 stron.

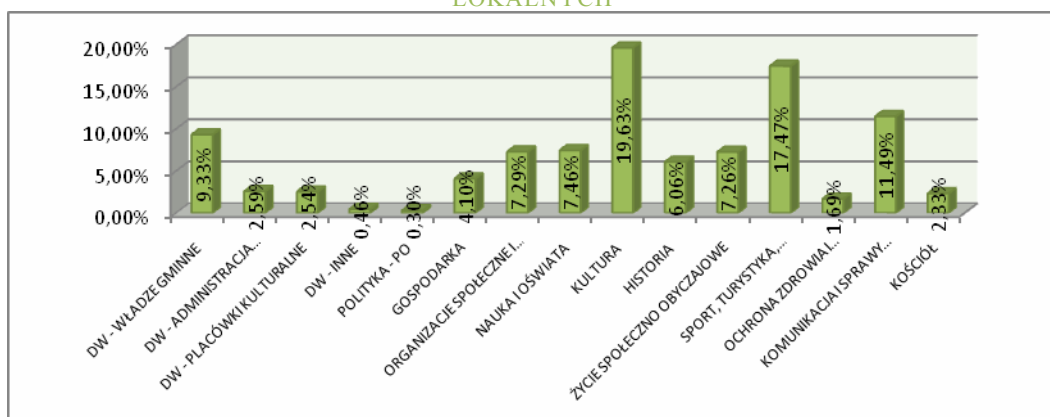
Strona | 211

WYKRES 78 „RACJE GMINNE” 2004 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



W wyjątkowo zróżnicowanej tematyce lokalnej najczęściej pisano o kulturze (ponad 19%), sporcie (ponad 17%) i sprawach miejskich (ponad 11%). Sama działalność władz gminnych zajęła 9,33% powierzchni (czwarte miejsce) natomiast działalność władz lokalnych w ogóle zajęła 14,91%, co stawia ją na trzecim miejscu wśród najbardziej popularnej tematyki. W roku tym pojawiły się również publikacje o tematyce politycznej i dotyczyły Platformy Obywatelskiej, stanowiły jednak tylko 0,3% powierzchni publikacji lokalnych.

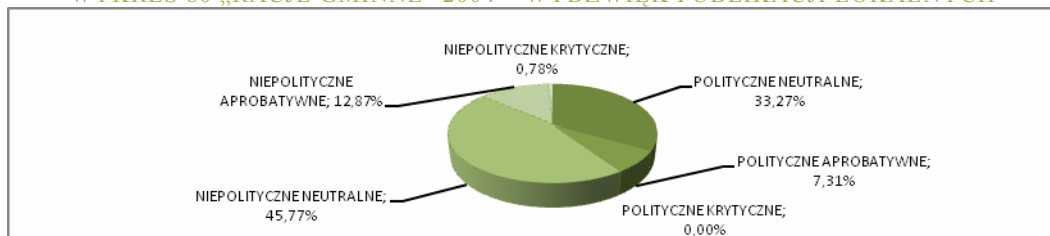
WYKRES 79 „RACJE GMINNE” 2004 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Upolitycznienie wszystkich publikacji lokalnych w 2004 roku w „Racjach Gminnych” osiągnęło poziom 40,58% (publikacji nie związanych z władzą – 25,67%) z czego tylko 7,31% to publikacje aprobatywne. Wśród publikacji niepolitycznych pozytywny wydzźwięk miało prawie 13% publikacji. Znowu więc

publikacje upolitycznione miały raczej neutralny wydźwięk, ponieważ nie było również materiałów o wydźwięku krytycznym.

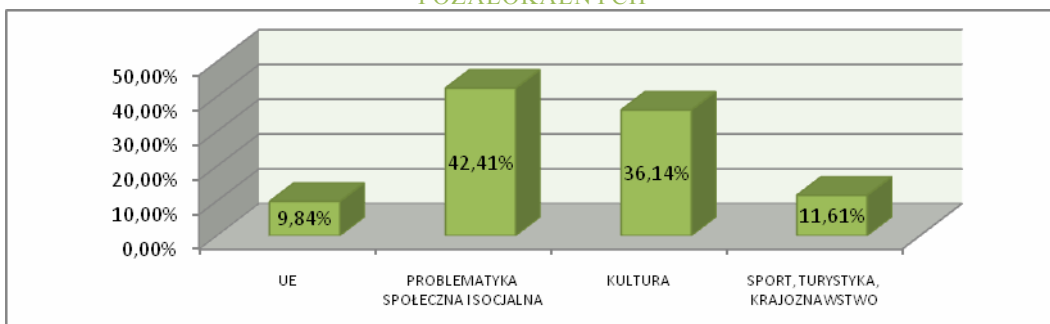
WYKRES 80 „RACJE GMINNE” 2004 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



Strona | 212

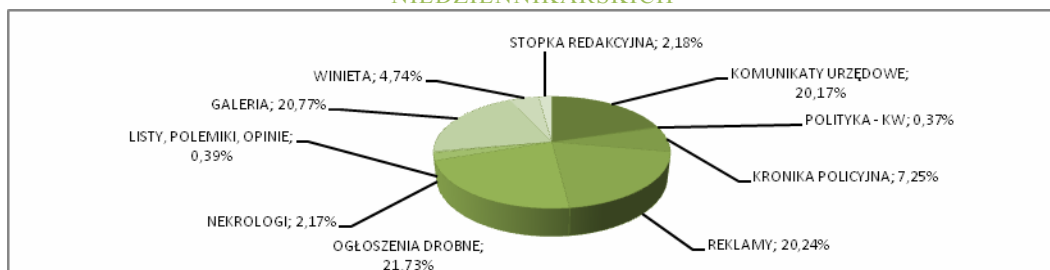
W dość rzadko pojawiających się (1%) materiałach pozalokalnych pisano przede wszystkim na tematy społeczne i socjalne (ponad 42%), kulturalne (ponad 36%), nieco mniej o sporcie (niespełna 12%) i Unii Europejskiej (prawie 10%).

WYKRES 81 „RACJE GMINNE” 2004 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Materiały niedziennikarskie w 2004 roku zawierają prawie identyczną ilość ogłoszeń (niespełna 22%), reklam (ponad 20%), galerii zdjęć (prawie 21%) i komunikatów urzędowych (ponad 20%) – wszystkie te kategorie zajęły po ponad 20%.

WYKRES 82 „RACJE GMINNE” 2004 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH

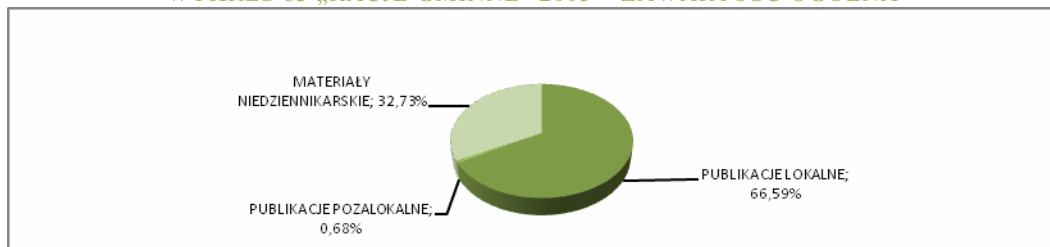


„Racje Gminne” rok 2005

W roku 2005 większość z 24 numerów, jakie się ukazały, miała po 12 stron. Jedynie wydania numer 1, 20, 23 i 24 liczyły po 16 stron. Obserwujemy w tym roku kolejny spadek zawartości publikacji pozalokalnych (0,68%) i wzrost

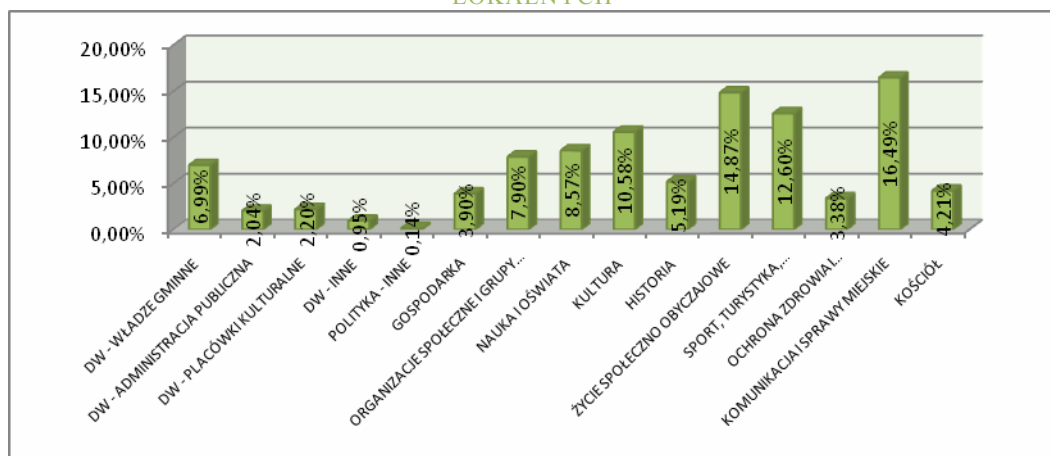
objętości materiałów niedziennikarskich, które osiągnęły już niemal 33% zawartości „Racji Gminnych”, na publikacje lokalne przypadło niespełna 67% powierzchni.

WYKRES 83 „RACJE GMINNE” 2005 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



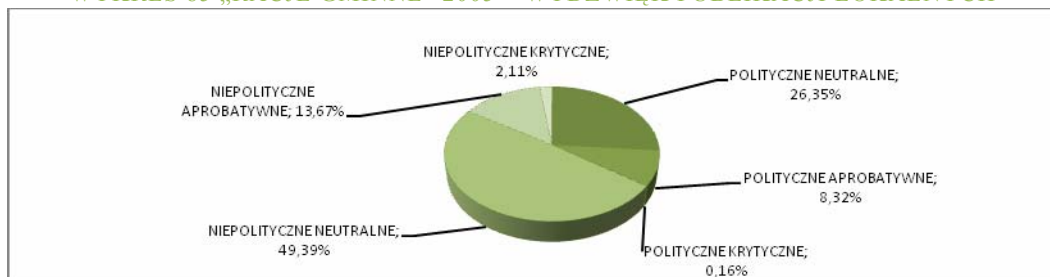
Wśród publikacji lokalnych dominowała tematyka miejska (16,5%), życie społeczne i obyczajowe (prawie 15%) i sport (niespełna 13%). Działalności władz lokalnych poświęcono w sumie 12,18% tematyki lokalnej, co stanowi mniej, niż problematyka sportowa, stawia więc tę kategorię na czwartym miejscu w publikacjach lokalnych.

WYKRES 84 „RACJE GMINNE” 2005 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Upolitycznienie tekstów o tematyce lokalnej w roku 2005 wyniosło w „Racjach Gminnych” 34,83% (22,65% to upolitycznione publikacje o tematyce neutralnej politycznie) z czego ponad 8% to publikacje aprobatywne. Ponownie wśród materiałów niepolitycznych zaobserwowano znacznie większy odsetek tych o wydźwięku aprobatywnym (prawie 14%), podczas gdy krytycznych było zaledwie 2%. Ogółem prawie 76% publikacji miało neutralny wydźwięk.

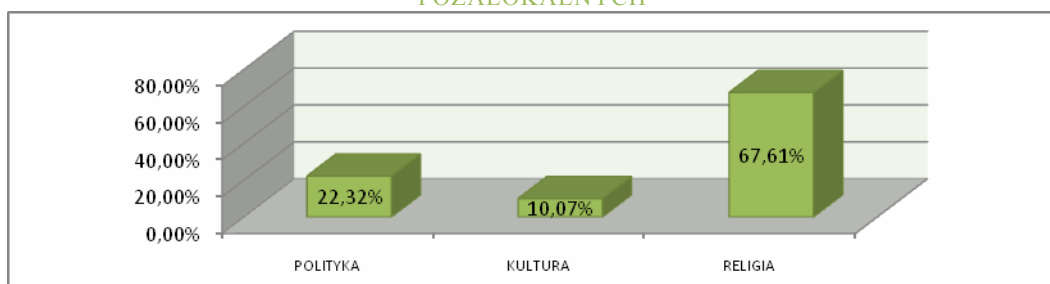
WYKRES 85 „RACJE GMINNE” 2005 – WYDZIAŁ PUBLIKACJI LOKALNYCH



Strona | 214

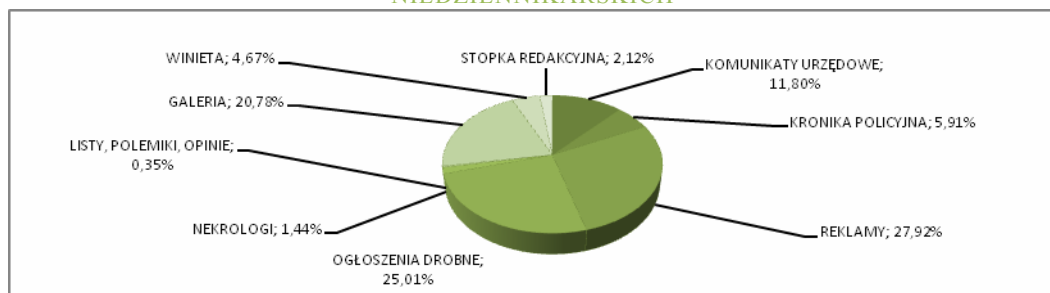
W znikomej ilości publikacji o tematyce pozalokalne poruszono problematykę religijną (ponad 67%), polityczną (ponad 22%) i kulturalną (10%).

WYKRES 86 „RACJE GMINNE” 2005 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Wśród publikacji niedziennikarskich dominowały w tym roku reklamy (prawie 28%), niewiele mniej było ogłoszeń (25%). Ponad 20% poświęcono również na galerię zdjęć, spadła natomiast zawartość komunikatów urzędowych do niespełna 12%.

WYKRES 87 „RACJE GMINNE” 2005 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH

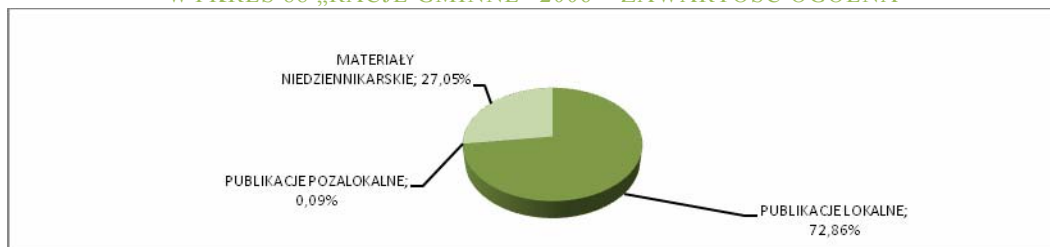


„Racje Gminne” rok 2006

Rok 2006 przyniósł „Racjom Gminnym” kolejne zmniejszenie się zawartości publikacji pozalokalnych (0,09%), zmniejszyła się też powierzchnia materiałów niedziennikarskich (do 27%), co doprowadziło do tego, że wzrósł udział publikacji lokalnych (prawie 73%). W roku tym standardowa objętość

pisma wynosiła znów 12 stron. Tylko numer 1. liczył 16 stron a 21. – 20, w czym 8 poświęcono na komunikaty wyborcze.

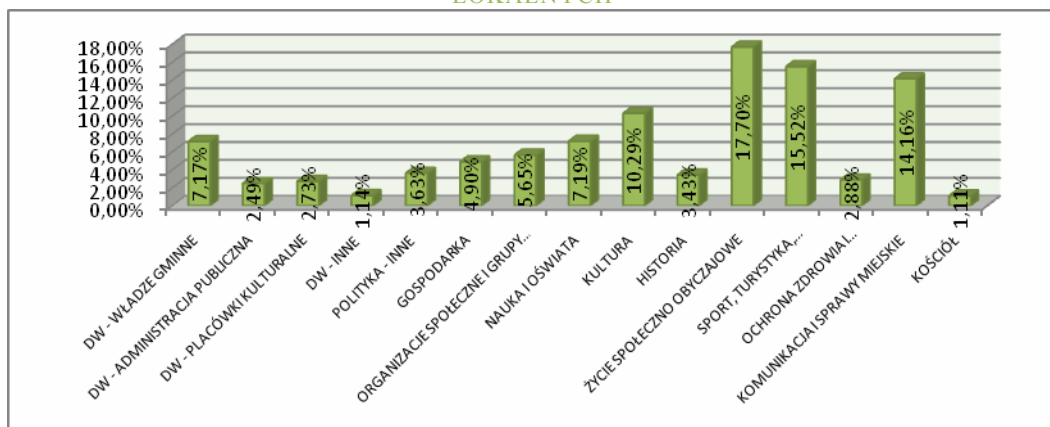
WYKRES 88 „RACJE GMINNE” 2006 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



Strona | 215

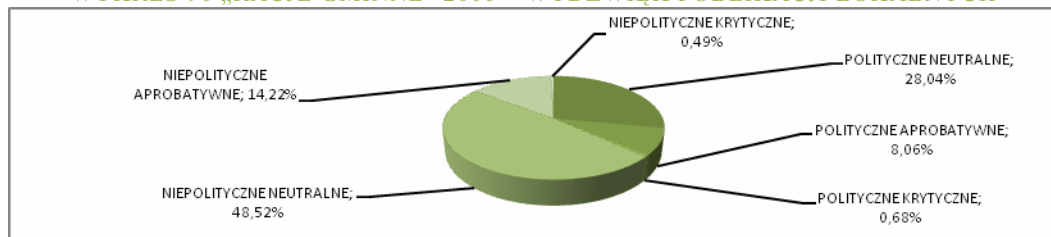
Publikacje lokalne, których w 2006 roku było prawie 73%, poświęcone były przede wszystkim życiu społeczno – obyczajowemu (prawie 18%), sportowi (15,5%) i sprawom miejskim (ponad 14%). Na działalność władz lokalnych poświęcono 13,52%, co stawia tę kategorię poza pierwszą trójką najbardziej popularnych w tym roku tematów.

WYKRES 89 „RACJE GMINNE” 2006 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



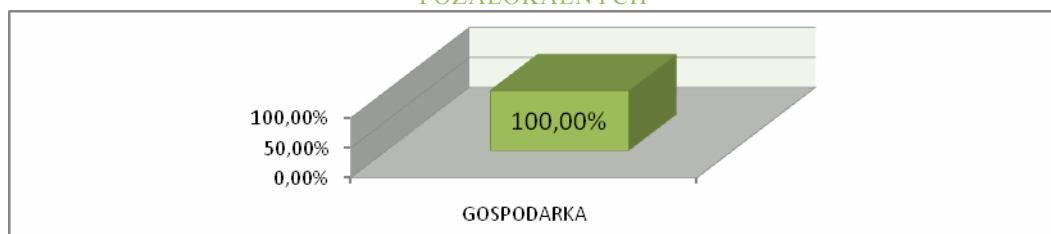
W 2006 roku 36,78% publikacji w „Racjach Gminnych” było upolitycznionych (23,26% publikacji o niepolitycznej tematyce przedstawionych było w politycznym kontekście), w tym tylko 8% miało aprobatywny wydźwięk. Wśród materiałów niepolitycznych aprobatywny wydźwięk miało ponad 14% publikacji. Ciekawostką jest, że poziom publikacji krytycznych po raz pierwszy był wyższy wśród publikacji politycznych niż niepolitycznych, wciąż jednak nie przekroczył 1%.

WYKRES 90 „RACJE GMINNE” 2006 – WYDZIAŁ PUBLIKACJI LOKALNYCH



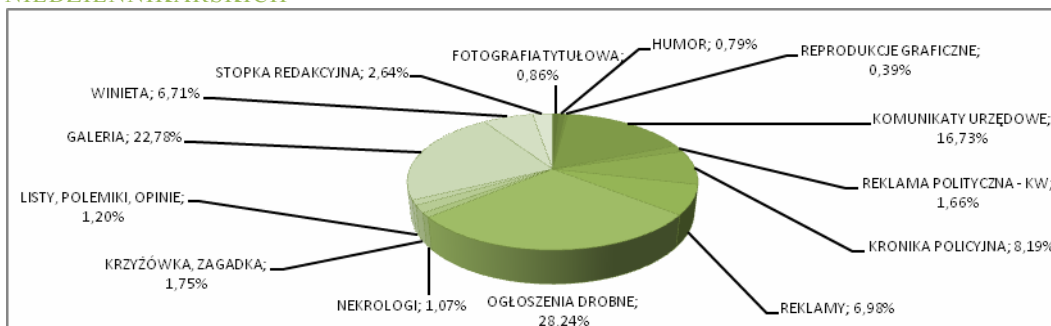
Powierzchnia publikacji pozalokalnych w 2006 roku stanowiła zaledwie 0,09% i została poświęcona na tematykę gospodarczą.

WYKRES 91 „RACJE GMINNE” 2006 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich rok ten przyniósł kolejną zmianę – znaczne obniżenie powierzchni reklamy (do niecałych 7%), wiodącą pozycję ogłoszeń (ponad 28%) galerii (prawie 23%) i komunikatów urzędowych (niepełna 17%).

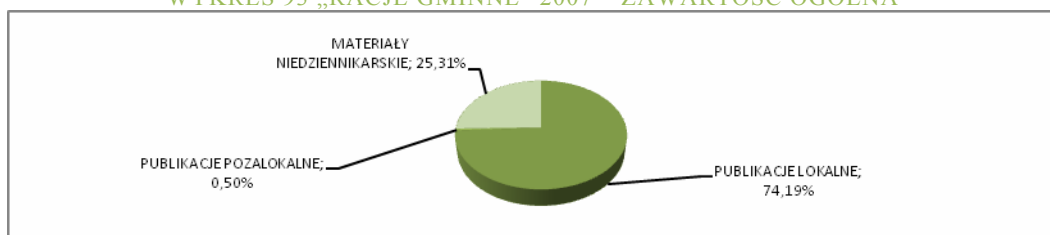
WYKRES 92 „RACJE GMINNE” 2006 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



“Racje Gminne” rok 2007

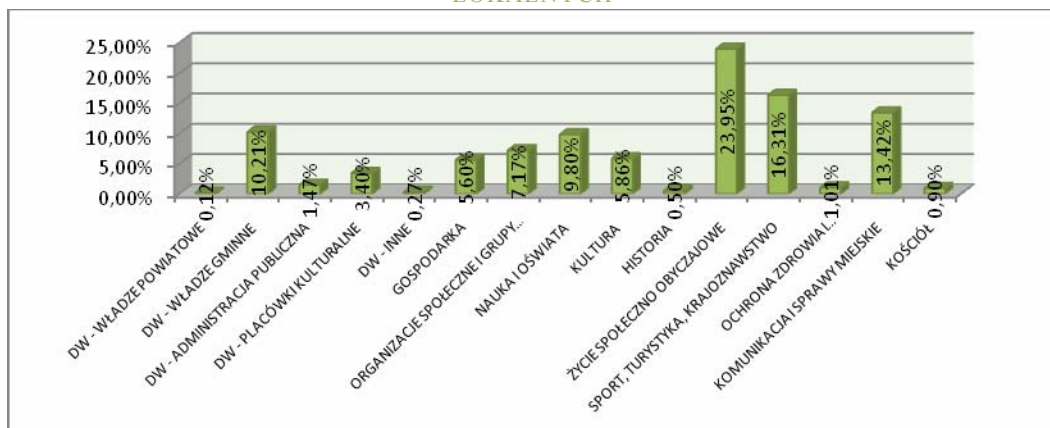
W Roku 2007 obserwujemy w „Racjach Gminnych” nieznaczny spadek powierzchni materiałów niedziennikarskich (nieco ponad 25%), co jednak nie wpływa znacząco na zwiększenie ilości publikacji pozalokalnych – jest ich tylko 0,5%. Publikacje lokalne stanowią ponad 74% powierzchni pisma. W roku tym tylko numer 1 liczył 16 stron, pozostałe – 12.

WYKRES 93 „RACJE GMINNE” 2007 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



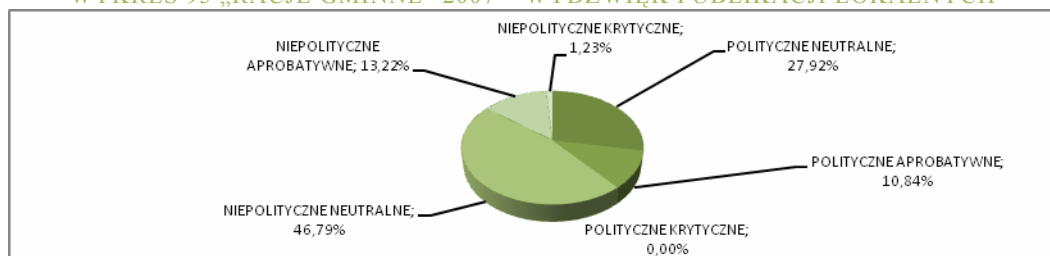
W publikacjach lokalnych najczęściej uwagi poświęcono życiu społecznemu i obyczajowemu (prawie 24%). Popularną tematyką był również sport (ponad 16%) i sprawy miejskie (ponad 13%), jednak odsetek publikacji na temat działalności władz lokalnych (15,48%) stawia właśnie tę kategorię na miejscu trzecim wśród najbardziej popularnej w tym roku tematyki.

WYKRES 94 „RACJE GMINNE” 2007 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Publikacje lokalne były w piśmie w roku 2007 w 38,76% upolitycznione. Materiały nie związane z działalnością władz były upolitycznione w 23,28%. Ponad jedną czwartą materiałów upolitycznionych stanowiły teksty o wydźwięku aprobatywnym, choć i tak materiałów o takim wydźwięku było wśród publikacji nieupolitycznionych. W sumie 74,6% publikacji miało neutralny wydźwięk.

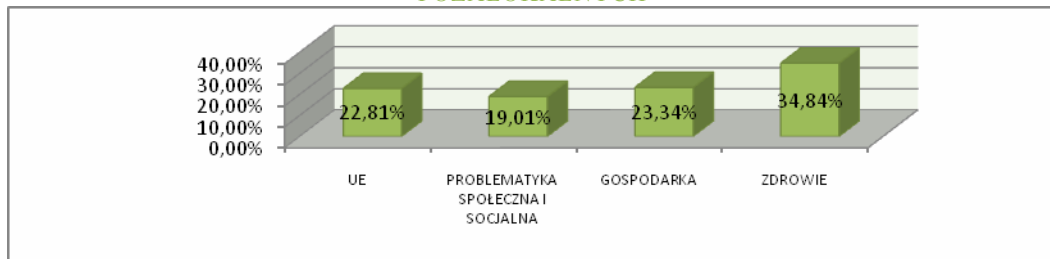
WYKRES 95 „RACJE GMINNE” 2007 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



Publikacje pozalokalne, choć stanowiły zaledwie 0,5% powierzchni pisma w 2007 roku, były dość zróżnicowane – najczęściej, bo prawie 35% - zajęła

problematyka zdrowotna, pisano również o gospodarce (ponad 23%), Unii Europejskiej (niepełna 23%) oraz o problematyce społeczno – socjalnej (19%).

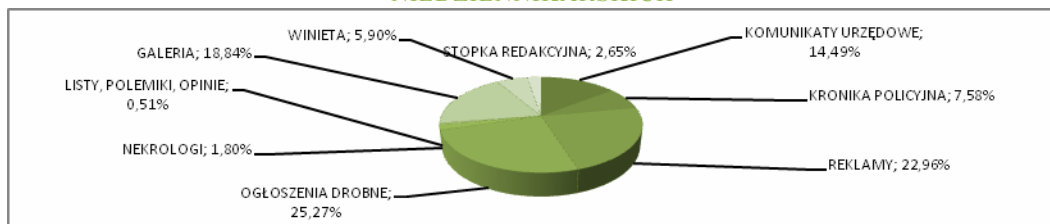
WYKRES 96 „RACJE GMINNE” 2007 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Strona | 218

W materiałach niedziennikarskich tradycyjnie najwięcej jest ogłoszeń (ponad 25%), ale znów pojawia się sporo reklam (prawie 23%), galeria zdjęć zajęła tym razem poniżej 20% powierzchni.

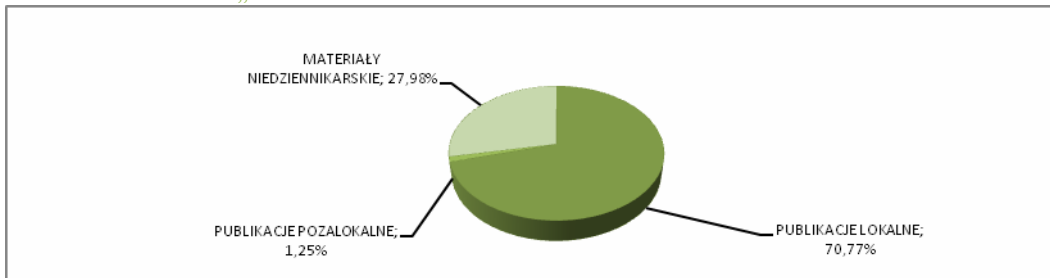
WYKRES 97 „RACJE GMINNE” 2007 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Racje Gminne” – wyniki średnie i tendencje zmian w piśmie

Przebadano 120 numerów „Racji Gminnych” z lat 2003 – 2007. Ogólna zawartość pisma w tych latach to ponad 70% zawartość publikacji lokalnych, relatywnie niska (co odpowiada lokalnemu profilowi pisma), bo na poziomie 1,25% powierzchnia tematyki pozalokalne i prawie 28% materiałów niedziennikarskich.

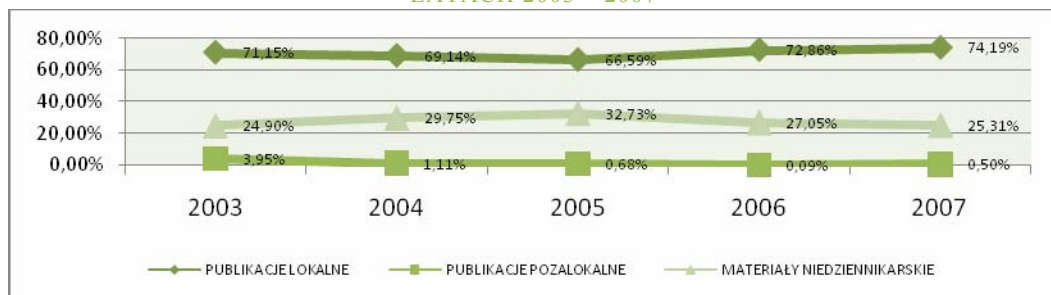
WYKRES 98 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



Dynamikę zawartości ogólnej w badanych latach przedstawia poniższy Wykres. Wynika z niego, że publikacje pozalokalne w ciągu analizowanych lat znajdowały się na niskim poziomie w piśmie, było ono więc głównie źródłem

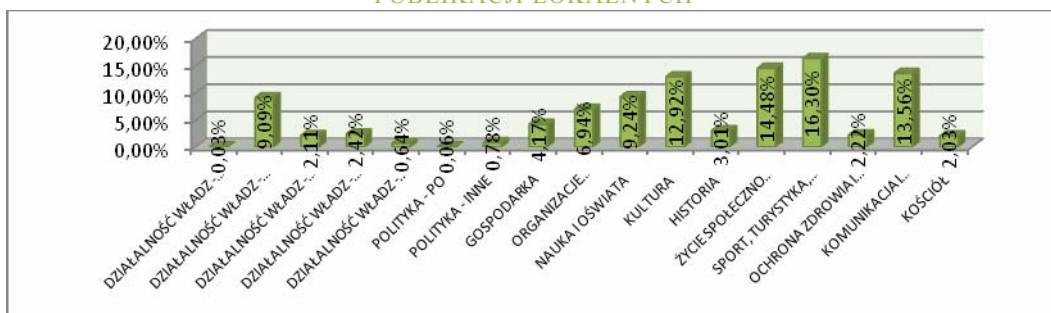
informacji lokalnej. Do roku 2005 obserwujemy spadek udziału publikacji lokalnych i wzrost materiałów niedziennikarskich, po roku 2005 tendencja się odwraca.

WYKRES 99 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – ZMIANY ZAWARTOŚCI OGÓLNEJ W LATACH 2003 – 2007



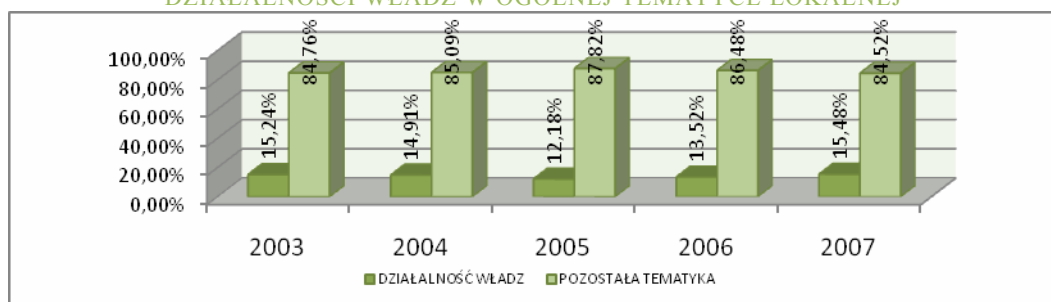
Najczęściej poruszaną tematyką na łamach pisma był sport (ponad 16%), życie społeczno – obyczajowe (prawie 14,5%) oraz działalność władz lokalnych (w sumie 14,29%).

WYKRES 100 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



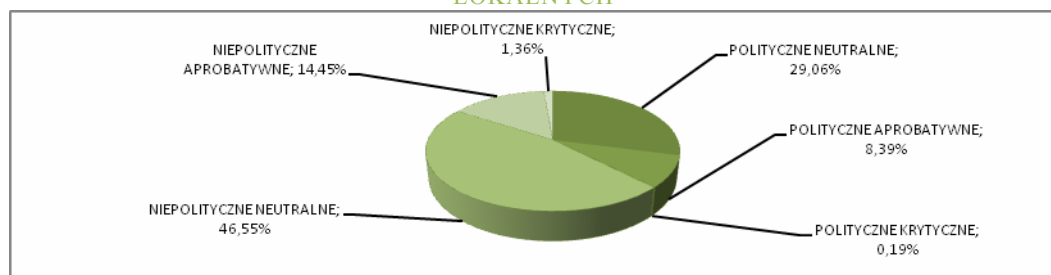
Tematyka działalności władz lokalnych nigdy nie była w piśmie dominująca, jednak w kilku latach znalazła się w pierwszej trójce najbardziej popularnych tematów. Poniższy wykres obrazuje zmiany zawartości tematyki działalności władz w publikacjach lokalnych. Wynika z niego, że w trakcie badanych 5 lat nie było znaczących różnic w zawartości publikacji dotyczących działalności lokalnych władz, choć nieznacznie ich powierzchnia spadała do roku 2005, po czym równie nieznacznie wzrosła.

WYKRES 101 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ TEMATYKI
DZIAŁALNOŚCI WŁADZ W OGÓLNEJ TEMATYCE LOKALNEJ



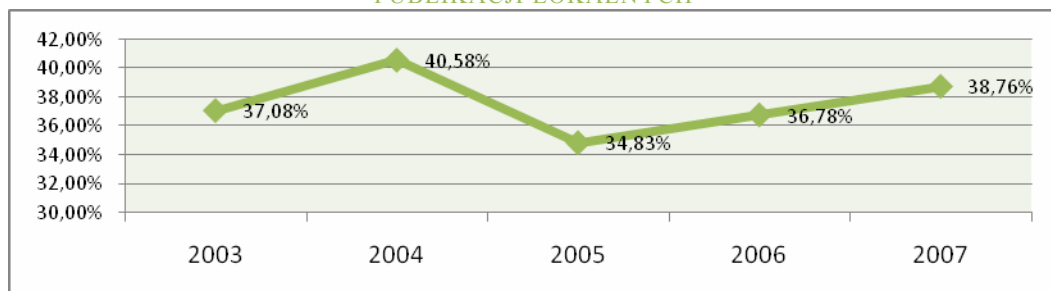
Średnie upolitycznienie publikacji lokalnych w „Racjach Gminnych” wyniosło 37,64% (23,35% publikacji nie dotyczących działalności władz), więc większość materiałów w piśmie okazała się nieupolityczniona. Większość tekstów miała wydźwięk neutralny (ponad 75%), aprobatywnie nacechowanych było niecałe 23% a wydźwiękiem krytycznym charakteryzowało się nieco ponad 1,5%. Publikacje aprobatywne i krytyczne były charakterystyczne bardziej dla publikacji nieupolitycznionych, materiały upolitycznione były więc przekazywane raczej neutralnie.

WYKRES 102 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – ŚREDNI WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



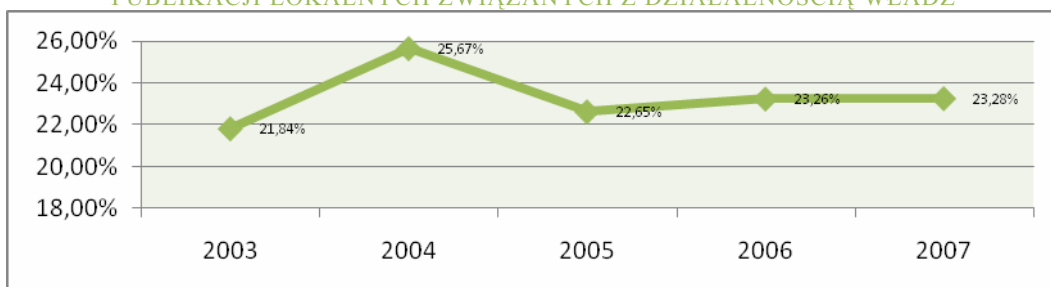
Najniższym poziomem upolitycznienia charakteryzowały się publikacje „Racji Gminnych” w roku 2005, później upolitycznienie to znów nieco wzrosło, zmiany jednak są na tyle niewielkie, że trudno wnioskować o jakichkolwiek wyraźnych tendencjach w tej kwestii.

WYKRES 103 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – ZMIANY W UPOLITYCZNIENIU PUBLIKACJI LOKALNYCH



Upolitycznienie publikacji nie związanych z działalnością władz lokalnych wykazuje podobną dynamikę, jak upolitycznienie ogólne, za wyjątkiem ostatnich dwóch lat, kiedy upolitycznienie ogólne wykazuje nieznacznie większy wzrost, niż to dotyczące materiałów nie odnoszących się bezpośrednio do działalności władz.

WYKRES 104 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – ZMIANY W UPOLITYCZNIENIU PUBLIKACJI LOKALNYCH ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ



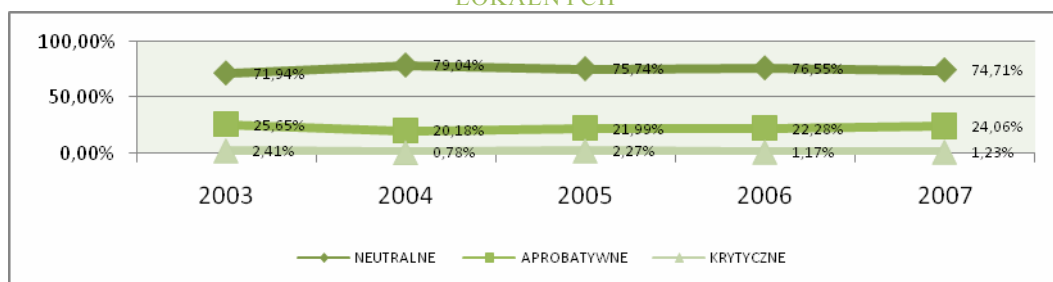
W publikacjach nie dotyczących działalności władz w „Racjach Gminnych” najbardziej upolitycznione okazały się: tematyka zdrowotna, komunikacja i sprawy komunalne oraz życie społeczno – obyczajowe, natomiast najmniej politycznie przedstawiano historię, tematykę religijną i polityczną.

TABELA 6 „RACJE GMINNE” – UPOLITYCZNIE NIE TEMATYKI NIE ZWIĄZANEJ Z DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ LOKALNYCH (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	UPOLITYCZNIO NE	NIEUPOLITYCZNI NE
POLITYKA		
INNE	3,26	96,74
GOSPODARKA	15,04	84,95
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	14,21	85,79
NAUKA I OŚWIATA	34,31	65,69
KULTURA	16,95	83,05
HISTORIA	8,44	91,56
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	38,76	61,24
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	18,57	81,43
OCHRONA ZDROWIA I PROBLEMATYKA SOCJALNA	46,99	53,01
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	45,60	54,40
KOŚCIÓŁ	10,63	89,37

W latach 2003 – 2007 wydźwięk publikacji w „Racjach Gminnych” utrzymywał się na względnie stałym poziomie, poza początkowym nieco niższym poziomem materiałów neutralnych i wyższym aprobatywnych, praktycznie nie ulegał on zmianie.

WYKRES 105 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



Neutralnie pisano najczęściej o historii, władzach powiatowych i polityce, w pozytywnym kontekście relacjonowano najczęściej życie społeczno – obyczajowe, kulturę i działalność organizacji społecznych, wydźwięk krytyczny pojawiał się natomiast w publikacjach dotyczących życia społeczno – obyczajowego, ochrony zdrowia oraz komunikacji i spraw miejskich.

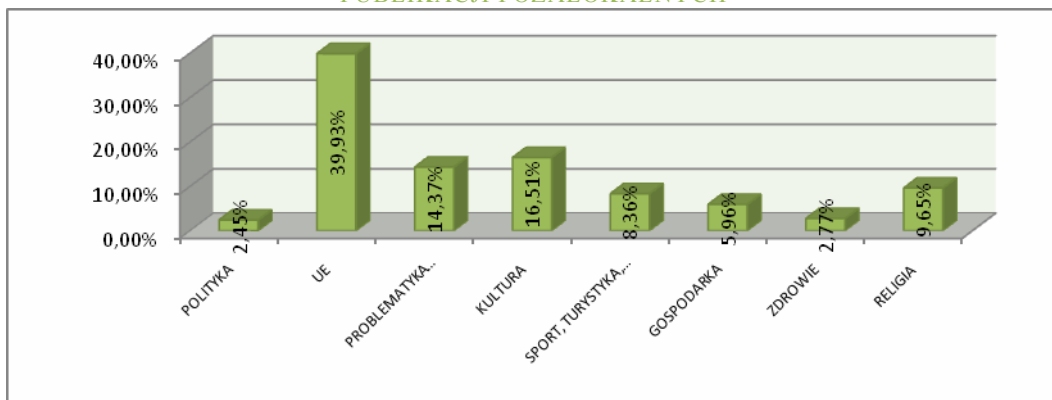
TABELA 7 „RACJE GMINNE” – WYDŹWIĘK POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII TEMATYCZNYCH (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	NEUTRALNE	APROBATYWNE	KRYTYCZNE
DZIAŁALNOŚĆ WŁADZ LOKALNYCH:			
WŁADZE POWIATOWE	100,00	0,00	0,00
WŁADZE GMINNE	88,23	11,77	0,00
ADMINISTRACJA PUBLICZNA	92,62	7,38	0,00
PLACÓWKI KULTURALNE	75,11	24,89	0,00
INNE	95,42	4,58	0,00
POLITYKA	100,00	0,00	0,00
GOSPODARKA	86,50	13,49	0,00
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	64,44	35,56	0,00
NAUKA I OŚWIATA	77,20	22,51	0,29
KULTURA	62,07	37,93	0,00
HISTORIA	100,00	0,00	0,00
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	53,67	40,36	5,97
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	77,66	21,90	0,44
OCHRONA ZDROWIA I PROBLEMATYKA SOCJALNA	93,41	2,87	3,72
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	86,76	9,49	3,75
KOŚCIÓŁ	90,14	9,86	0,00

W publikacjach pozalokalnych „Racji Gminnych” zdecydowanie dominowała tematyka Unii Europejskiej (prawie 40%). Kultura oraz problematyka społeczna i socjalna zajęły kolejne pozycje w rankingu wielkości

powierzchni zajmowanej w tej tematyce, osiągając odpowiednio prawie 17% i nieco ponad 14% ogólnej powierzchni publikacji pozalokalnych.

WYKRES 106 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



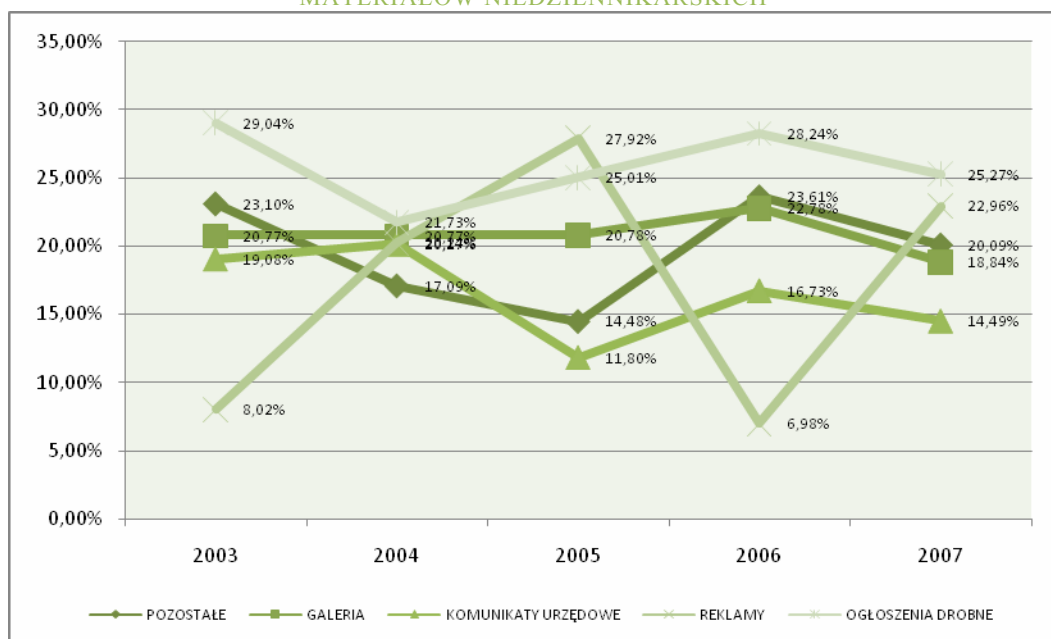
W ogólnej powierzchni materiałów niedziennikarskich „Racji Gminnych” najczęściej było ogłoszeń (prawie 26%), galerii zdjęć (prawie 21%) i reklamy (prawie 18%). Dużo miejsca zajęły również komunikaty urzędowe, stanowiąc ponad 16% materiałów niedziennikarskich w badanych 5 latach funkcjonowania pisma.

WYKRES 107 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



W zawartości materiałów niedziennikarskich najbardziej zmienna była zawartość reklamy, na w miarę stałym poziomie utrzymywały się ogłoszenia i galeria. Ilość komunikatów urzędowych była zmienna, choć amplituda zmian była daleko mniejsza od tych właściwych reklamie w „Racjach Gminnych”.

WYKRES 108 „RACJE GMINNE” PODSUMOWANIE – DYNAMIKA ZMIAN ZAWARTOŚCI MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



Podsumowując, „Racje Gminne” w latach 2003 – 2007 charakteryzowały się dość dużą stabilnością zarówno pod względem zawartości publikacji na temat lokalnych władz, jak i upolitycznienia innych materiałów. Stały był też wydźwięk materiałów lokalnych, jak również niska zawartość publikacji pozalokalnych. Labilna była jedynie zawartość reklamy, co skłania ku wyciągnięciu wniosków na temat nieokreślonej polityki finansowej pisma lub niestabilności lokalnego rynku reklamy w Gminie Pawłowice. Publikacje lokalne nie charakteryzowały się dominacją tematyki działalności lokalnych władz, nie były też w większości upolitycznione. Wśród materiałów niedziennikarskich nie zauważono również zdecydowanej dominacji komunikatów urzędowych, co przemawia za odrzuceniem tezy o wysokim poziomie upolitycznienia periodyku.

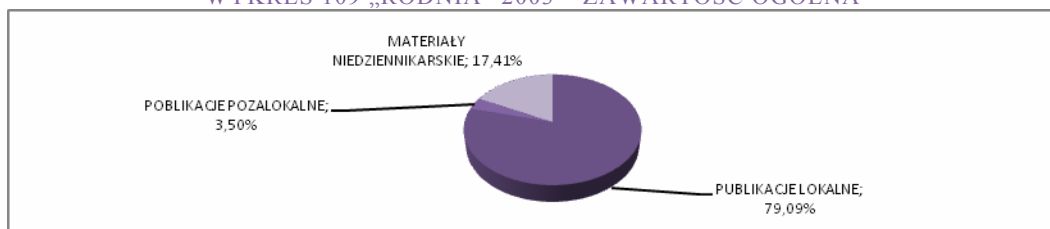
„Rodnia”

„Rodnia” rok 2003

Strona | 226

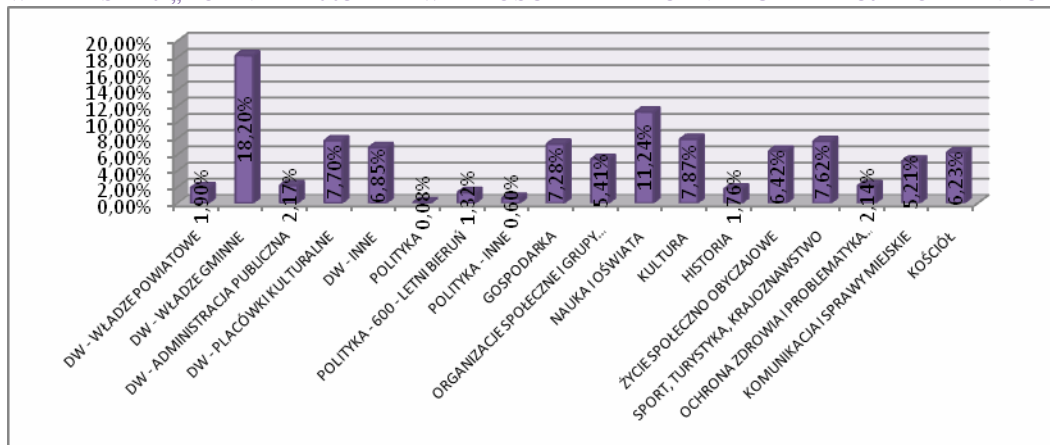
W pierwszym analizowanym roku „Rodnia” ukazywała się jako miesięcznik w dużym formacie. Standardowa objętość wynosiła 8 stron A3, jedynie numer wrześniowy miał 10 stron. Publikacje lokalne stanowiły w piśmie 79% ogólnej zawartości, pozalokalne 3,5% a materiały niedziennikarskie ponad 17%.

WYKRES 109 „RODZIA” 2003 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



W lokalnej tematyce „Rodni” w tym roku dominowała tematyka działalności władz gminnych – ponad 18% (tematyka działalności władz lokalnych w ogóle zajęła aż 36,82%). Popularna była również problematyka oświatowa (ponad 11%) oraz kulturalna (niepełna 8%). Oprócz ogólnej tematyki politycznej poruszono też kwestię działalności Miłośników 600 – letniego Bierunia.

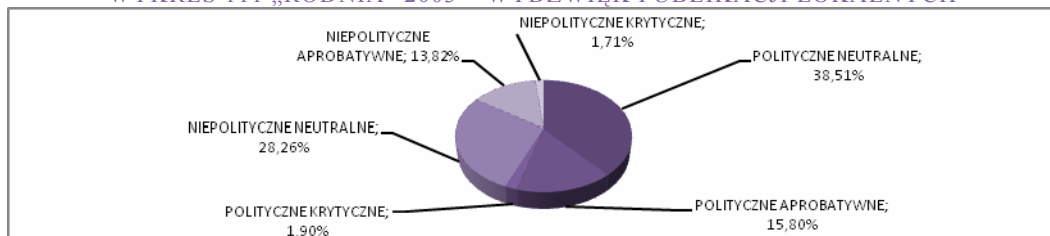
WYKRES 110 „RODZIA” 2003 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Upolitycznienie publikacji lokalnych „Rodni” w 2003 roku wyniosło 56,21%, co nie dziwi w kontekście dużej zawartości publikacji związanych z działalnością władz – pozostałe publikacje były upolitycznione w 19,39%. Prawie 16% stanowiły materiały upolitycznione o aprobatywnym wydźwięku, pojawiły

się też jednak polityczne publikacje krytyczne (prawie 2%). Wydzwięk neutralny miało prawie 67% publikacji.

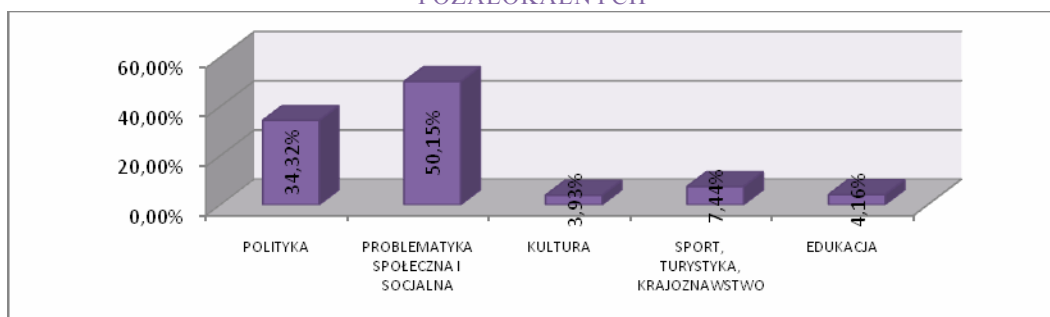
WYKRES 111 „RODZIA” 2003 – WYDZWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



Strona | 227

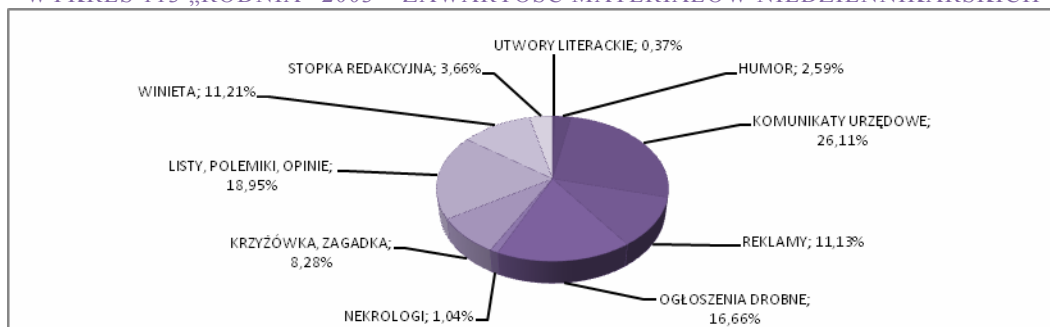
W publikacjach pozalokalnych dominowały teksty o tematyce społecznej i socjalnej (ponad 50%) oraz politycznej (ponad 34%). Oprócz tego poruszano kwestie kultury (niespełna 4%), sportu (ponad 7%) i edukacji (ponad 4%).

WYKRES 112 „RODZIA” 2003 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich dominowały komunikaty urzędowe (ponad 26%) i, co ciekawe, listy, polemiki i opinie (prawie 19%), sporo było też ogłoszeń (prawie 17%).

WYKRES 113 „RODZIA” 2003 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH

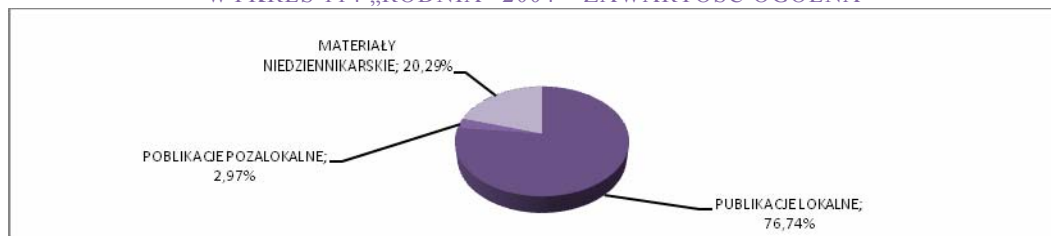


„Rodnia” rok 2004

Od początku roku 2004 „Rodnia” ukazywała się już jako dwutygodnik w małym formacie o objętości 16 stron. W roku tym zwiększyła się nieco w „Rodni” powierzchnia materiałów niedziennikarskich (do ponad 20%), zmalała jednak

ilość publikacji pozalokalnych (niespełna 3%). Publikacji lokalnych było prawie 77%.

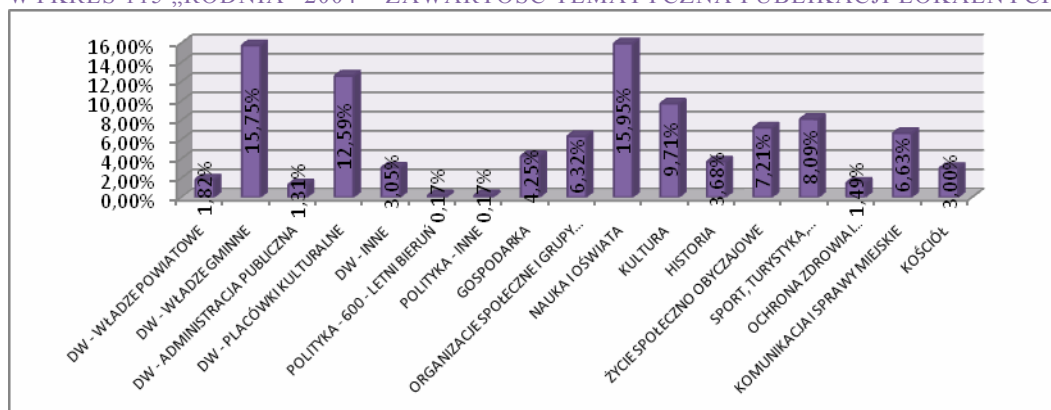
WYKRES 114 „RODZIA” 2004 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



Strona | 228

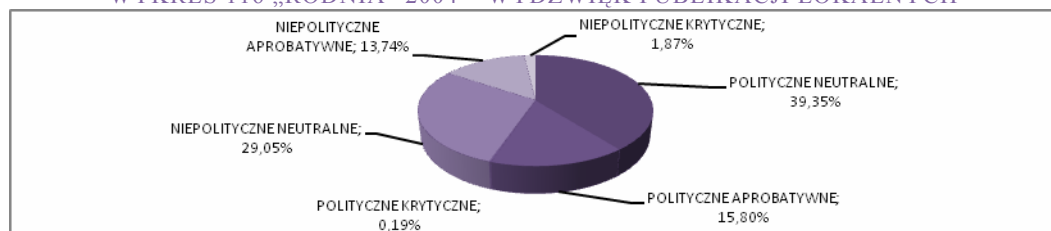
Najpopularniejszą tematyką wydaje się edukacja (prawie 16%), na drugim miejscu znajduje się działalność władz miejskich (15,75%), jednak po zsumowaniu wszystkich kategorii związanych z działalnością lokalnych władz okazuje się, że zajmują one 34,52% powierzchni publikacji lokalnych, są więc najczęściej poruszaną tematyką.

WYKRES 115 „RODZIA” 2004 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



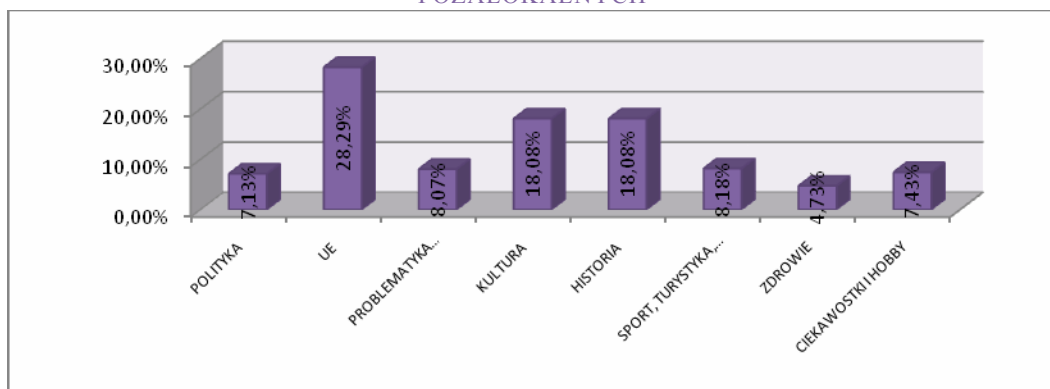
Materiały w piśmie w roku 2004 były w 55,34% upolitycznione. Publikacje upolitycznione o tematyce nie związanej bezpośrednio z działalnością władz stanowiły 20,82%. Prawie 16% stanowiły teksty upolitycznione o aprobatywnym wydźwięku a jedynie 0,19% krytyczne, można więc stwierdzić, że o władzy pisano dużo, przede wszystkim neutralnie albo dobrze. Poziom wydźwięku neutralnego sięgnął w tym roku poziom 68,4%.

WYKRES 116 „RODZIA” 2004 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



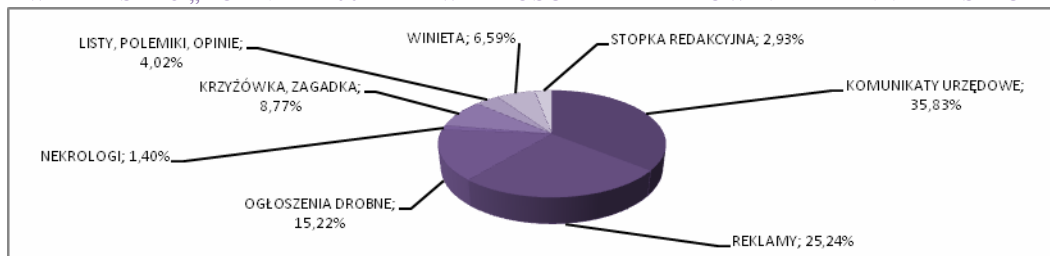
W niewielkiej powierzchni (niecałe 3% powierzchni pisma) publikacji pozalokalnych zaskakuje wielość kategorii tematycznych (aż 8), wśród których najbardziej popularna była problematyka unijna (ponad 28%) oraz kultura i historia (po 18%).

WYKRES 117 „RODNIĄ” 2004 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich najwięcej było komunikatów urzędowych (prawie 36%), reklam (25%) oraz ogłoszeń (ponad 15%). Listy, polemiki i opinie stanowiły w tym roku już tylko 4%.

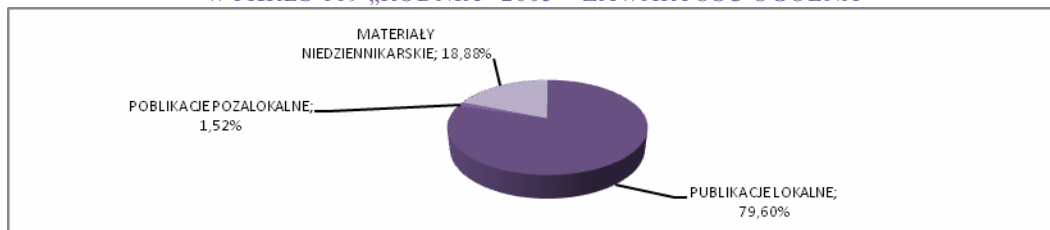
WYKRES 118 „RODNIĄ” 2004 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Rodnia” rok 2005

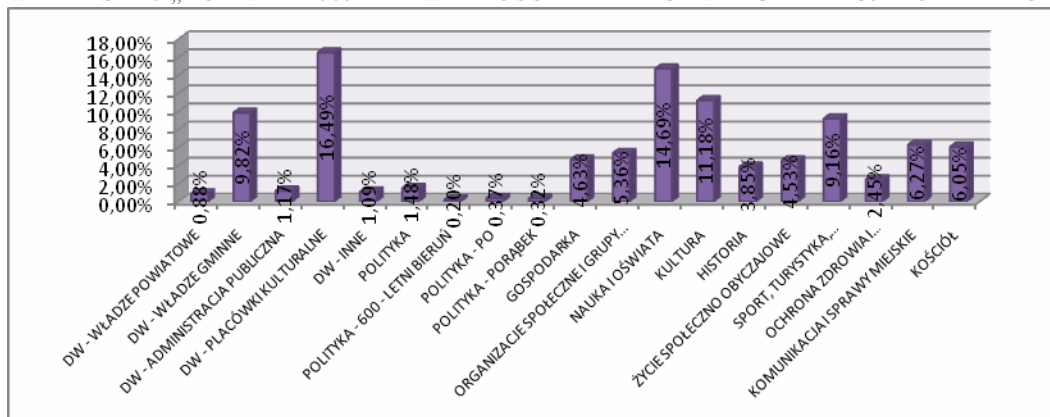
W roku 2005 mamy do czynienia w „Rodni” z prawie 80% zawartością publikacji lokalnych. Materiałów niedziennikarskich było niespełna 19% a publikacji pozalokalnych 1,5%. W roku tym wszystkie numery liczyły 16 stron, poza wydaniem 17, który był dwukrotnie większy a nadprogramową powierzchnię poświęcono Dniom Bierunia.

WYKRES 119 „RODNI” 2005 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



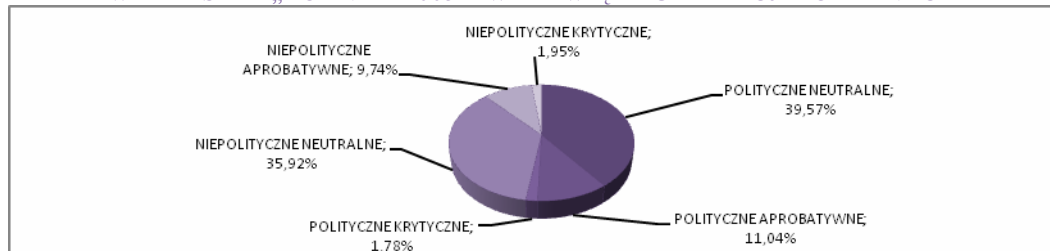
Wśród tematyki lokalnej najczęściej poruszano kwestie działalności placówek kulturalnych (16,5%), nauki i oświaty (niepełna 15%) oraz kultury (ponad 11%). Publikacje dotyczące działalności władz lokalnych w sumie zajęły 29,45% ogólnej powierzchni publikacji lokalnych, zdecydowanie dominowały więc nad pozostałą tematyką. W roku tym pojawiło się kilka publikacji na temat działalności ugrupowań politycznych, takich jak Miłośnicy 600 – letniego Bierunia, Platforma Obywatelska, Porąbek.

WYKRES 120 „RODNI” 2005 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



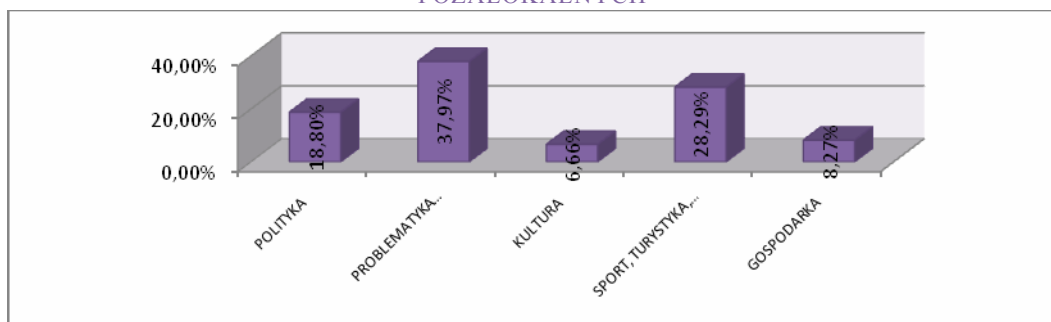
Publikacje lokalne w „Rodni” w 2005 roku były w 52,39% upolitycznione (22,94% publikacji politycznie neutralnych zostało przedstawionych w politycznym kontekście), 11% to materiały polityczne o aprobatywnym wydźwięku, niecałe 10% - niepolityczne o aprobatywnym wydźwięku. Wydźwięk krytyczny w kontekście politycznym miało niecałe 2% publikacji.

WYKRES 121 „RODNI” 2005 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



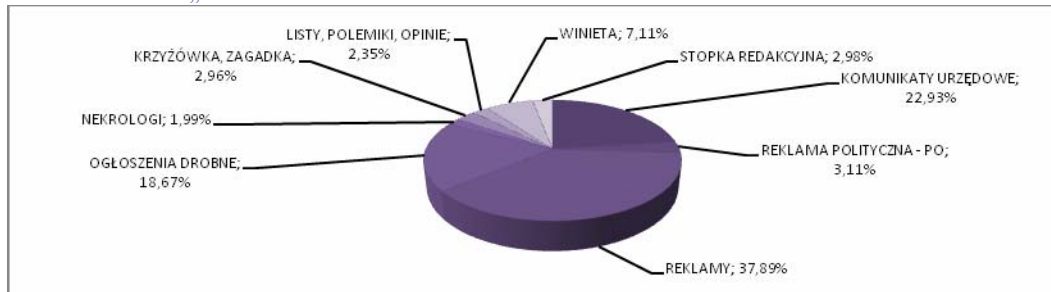
W niewielkiej ilości publikacji pozalokalnych ponownie obserwujemy spore zróżnicowanie tematyczne. Najczęściej poruszano kwestie społeczne i socjalne (prawie 38%), sportowe (ponad 28%) i polityczne (prawie 19%). Pojawili się też materiały o kulturze i gospodarce.

WYKRES 122 „RODNI” 2005 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich zdecydowanie dominują reklamy (prawie 38%). Sporo jest komunikatów urzędowych (prawie 23%) i ogłoszeń (prawie 19%). Reklama polityczna, jaka się pojawia w roku 2005 w „Rodni” jest zamieszczona przez Platformę Obywatelską.

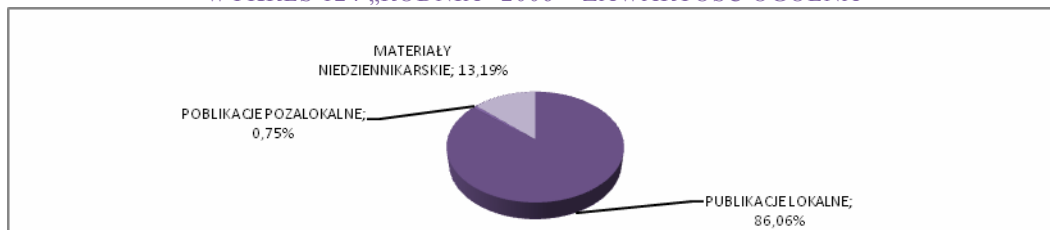
WYKRES 123 „RODNI” 2005 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Rodnia” rok 2006

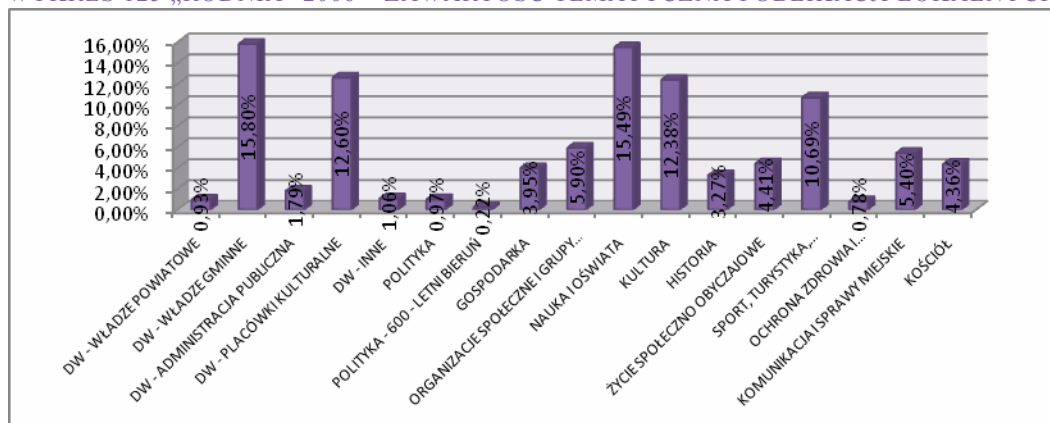
W roku 2006 standardowa objętość „Rodni” wynosiła 16 stron, poza numerami 16 i 17, które liczyły po 24 strony. Mamy w tym roku do czynienia w „Rodni” z jeszcze większą ilością publikacji lokalnych (86%). Tematyce pozalokalnej poświęcono jedynie 0,75%, mniej jest też materiałów niedziennikarskich, bo niewiele ponad 13%.

WYKRES 124 „RODNI” 2006 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



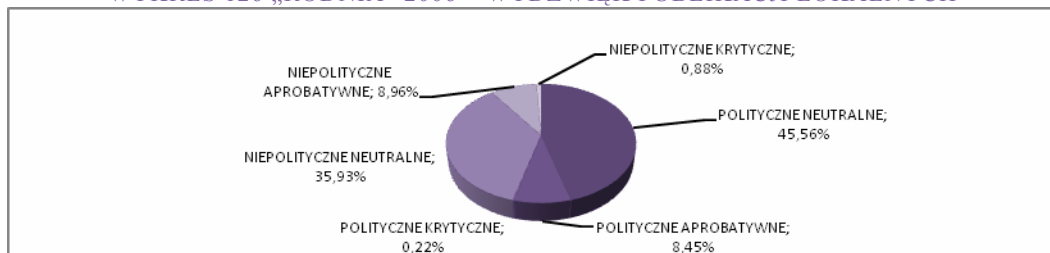
W tematyce lokalnej znów dominowała działalność władz gminnych (prawie 16%), na kolejnym miejscu znalazła się nauka i oświata (15,5%), dalej działalność placówek kulturalnych (niepełna 13%). Ogólna powierzchnia tematyki związanej z działalnością lokalnych władz wyniosła 32,19%. Publikacje na temat polityki w tym roku dotyczyły przede wszystkim działalności Miłośników 600 – letniego Bierunia.

WYKRES 125 „RODNI” 2006 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Poziom upolitycznienia wszystkich publikacji w „Rodni” w 2006 roku sięgnął 54,23%, a tych niezwiązanych z działalnością władz – 22,04%. Ponad 8% to materiały upolityczone o aprobatywnym wydźwięku (podobna była ilość materiałów niepolitycznych aprobatywnych).

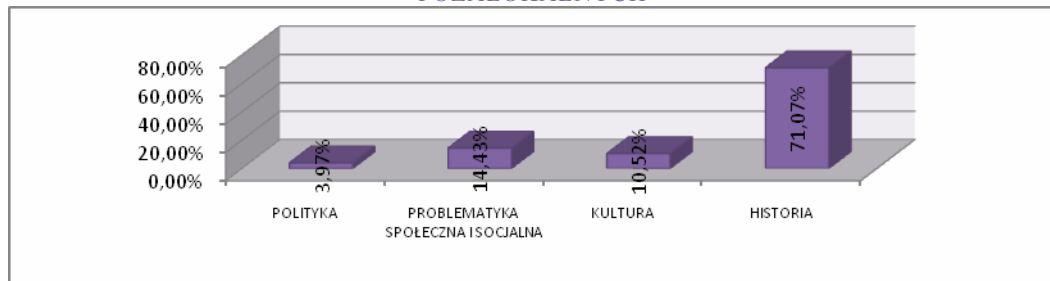
WYKRES 126 „RODNI” 2006 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



W niewielkiej ilości publikacji pozalokalnych wystąpiły w tym roku cztery kategorie tematyczne, wśród których zdecydowanie dominowały kwestie

historyczne (71%). Pisano również na tematy społeczne i socjalne (ponad 14%), kulturalne (10,5%) i polityczne (niespełna 4%).

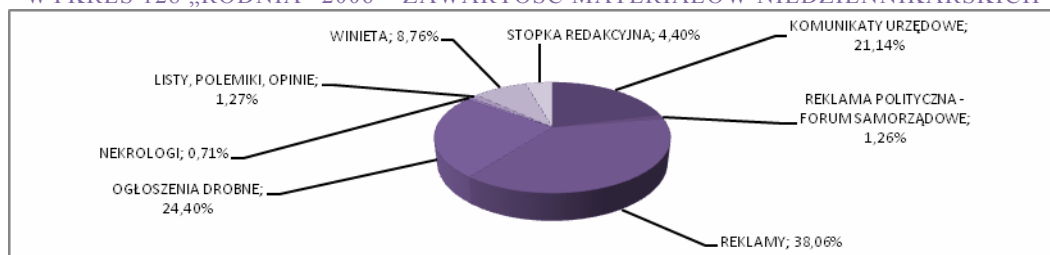
WYKRES 127 „RODNIĄ” 2006 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Strona | 233

W materiałach niedziennikarskich (które – dla przypomnienia – stanowiły w tym roku zaledwie 13% powierzchni pisma) dominowały reklamy (38%), ogłoszenia (24%) i komunikaty urzędowe (21%). Reklama polityczna, jaka się w tym roku pojawiła, została zamieszczona przez Forum Samorządowe.

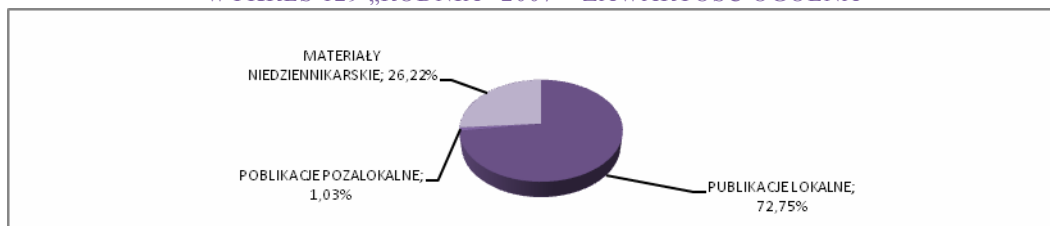
WYKRES 128 „RODNIĄ” 2006 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Rodnia” rok 2007

W roku 2007 powrócono do miesięcznej częstotliwości wydawania pisma. Utrzymano 16 stronicową objętość, za wyjątkiem numerów 3 i 9, które liczyły po 20 stron. zwiększyła się w „Rodni” powierzchnia materiałów niedziennikarskich (do 26%), publikacji lokalnych było prawie 73%, natomiast tematyka pozalokalna była wciąż marginalna.

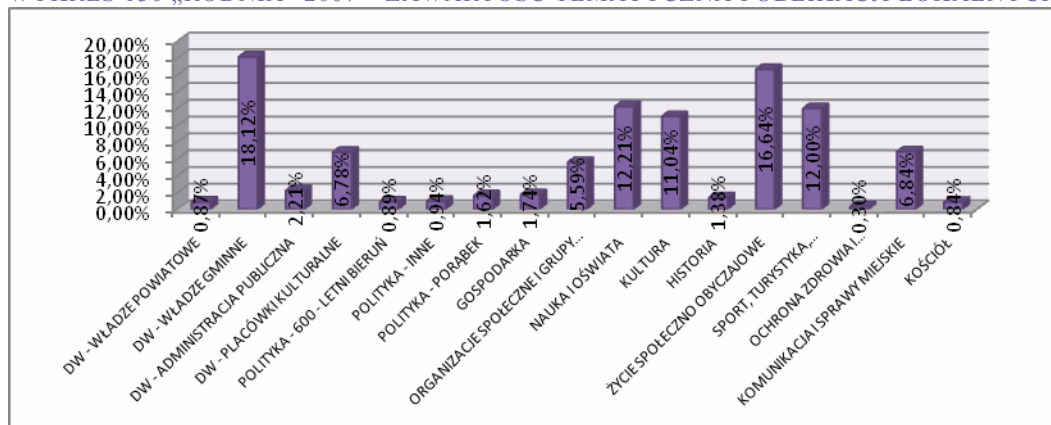
WYKRES 129 „RODNIĄ” 2007 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



Dominującą tematyką lokalną była ponownie działalność władz miejskich (ponad 18%), dużo pisano też o życiu społecznym i obyczajowym (prawie 17%) oraz o kulturze (ponad 14%) i edukacji (ponad 12%). Ogólnie działalności władz

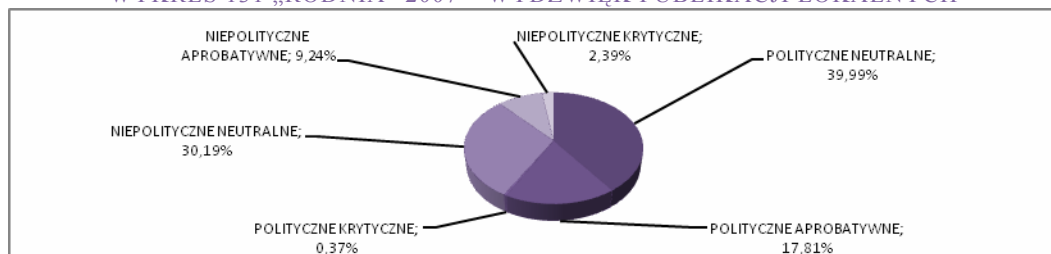
lokalnych poświęcono prawie 28% powierzchni wszystkich publikacji lokalnych. W tematyce politycznej pisano o działalności Miłośników 600 – letniego Bierunia i Porąbka.

WYKRES 130 „RODNI” 2007 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



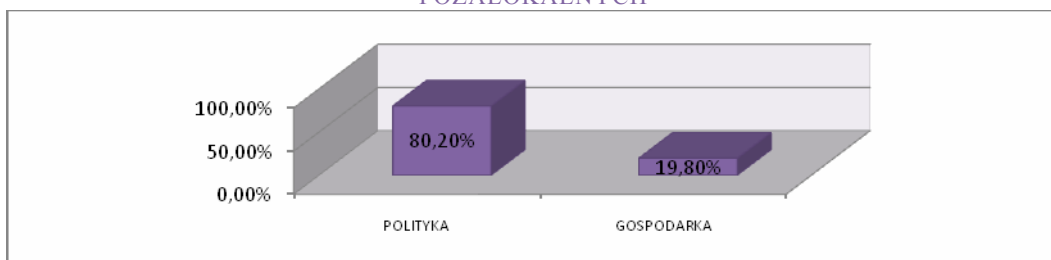
Upolitycznienie publikacji lokalnych wyniosło w 2007 roku 58,18%, a więc aż 30,18% publikacji o tematyce innej, niż działalność władz, było upolitycznionych. Materiały polityczne aprobatywne stanowiły aż 17,81% wszystkich opublikowanych tekstów, ilość publikacji krytycznych o politycznym kontekście należy uznać za marginalną.

WYKRES 131 „RODNI” 2007 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



W publikacjach pozalokalnych w 2007 roku poruszano w „Rodni” tylko tematykę polityczną (80%) i gospodarczą (20%).

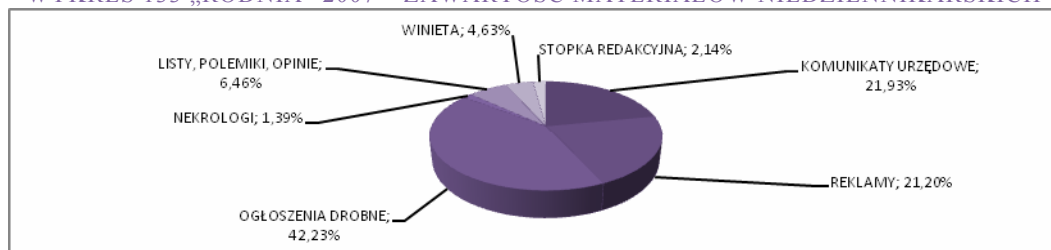
WYKRES 132 „RODNI” 2007 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich dominowały tym razem ogłoszenia (42%). Komunikatów urzędowych było prawie 22% a reklam 21%. Mimo

odbywających się w tym roku wyborów parlamentarnych, nie zamieszczono w „Rodni” reklam politycznych.

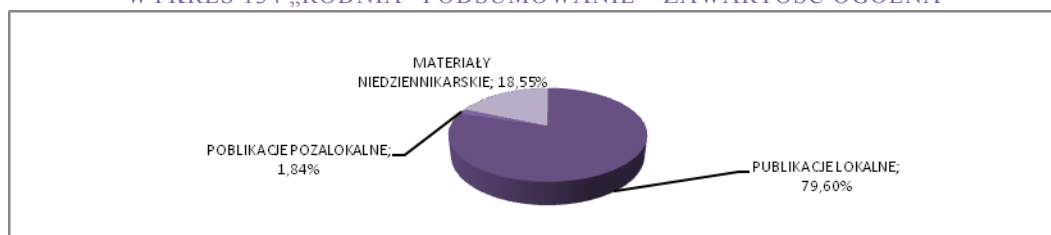
WYKRES 133 „RODNI” 2007 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„Rodnia” – wyniki średnie i tendencje zmian w piśmie

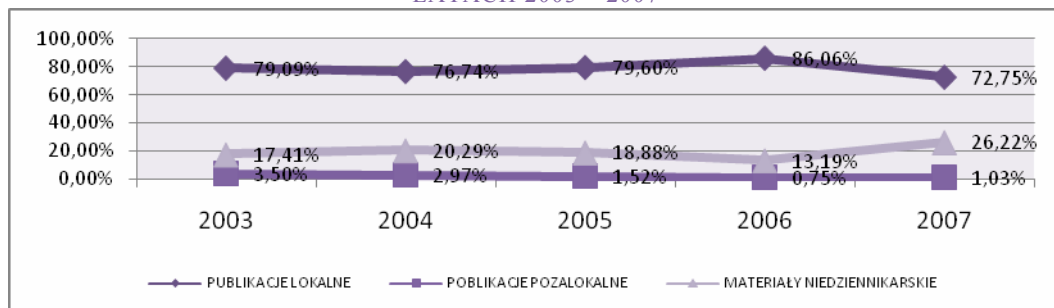
Ogółem przebadano 96 numerów „Rodni” z lat 2003 – 2007. W latach tych w „Rodni” obserwujemy stosunkowo duży udział publikacji lokalnych (prawie 80%), niewielką zawartość materiałów niedziennikarskich (niepełna 19%) oraz znikomą ilość tematyki pozalokalne (niecałe 2%).

WYKRES 134 „RODNI” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



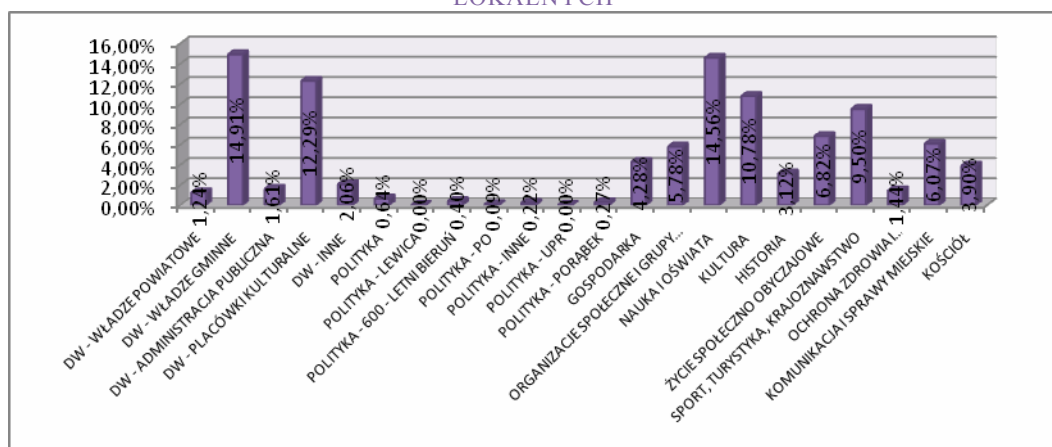
Zawartość ogólna „Rodni” w badanych latach była w miarę stabilna – bardzo wysoki udział publikacji lokalnych i stosunkowo niewiele materiałów niedziennikarskich oraz stały bardzo niski odsetek tematyki pozalokalne. Stabilność ta została zachwiana w roku 2006, kiedy to nastąpił spory wzrost zawartości materiałów lokalnych kosztem publikacji niedziennikarskich, w kolejnym roku sytuacja jednak odwróciła się, ponieważ zawartość publikacji lokalnych spadła w roku 2007 poniżej średniej a ilość materiałów niedziennikarskich wzrosła.

WYKRES 135 „RODNI” PODSUMOWANIE – ZMIANY ZAWARTOŚCI OGÓLNEJ W LATACH 2003 – 2007



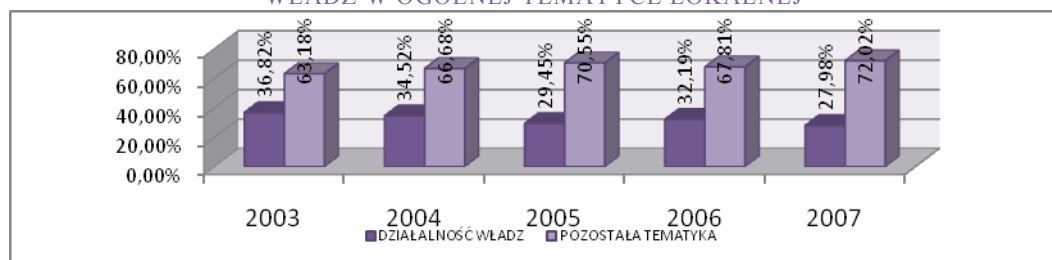
W tematyce lokalnej „Rodni” dominowały publikacje na temat działalności władz miejskich (prawie 15%), niewiele mniej było materiałów o nauce i oświacie (14,5%) oraz działalności placówek kulturalnych (ponad 12%). Zdecydowanie więc największą część stanowiły materiały relacjonujące działalność lokalnych władz – stanowiły one w sumie 32,12% ogólnej powierzchni publikacji lokalnych w piśmie w badanych latach.

WYKRES 136 „RODNI” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



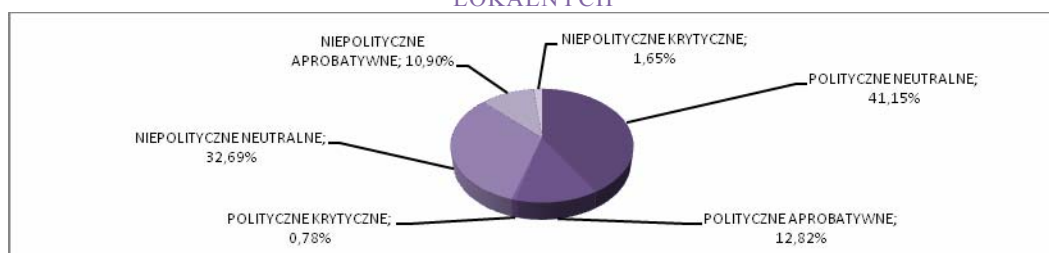
W zawartości publikacji lokalnych „Rodni” wysoki był udział tematyki związanej z działalnością lokalnych władz, choć w trakcie badanych pięciu lat ten odsetek wydaje się nieco zmniejszać, za wyjątkiem roku 2006, który, jak wiadomo, był rokiem wyborów samorządowych.

WYKRES 137 „RODNI” PODSUMOWANIE – UDZIAŁ TEMATYKI DZIAŁALNOŚCI WŁADZ W OGÓLNEJ TEMATYCE LOKALNEJ



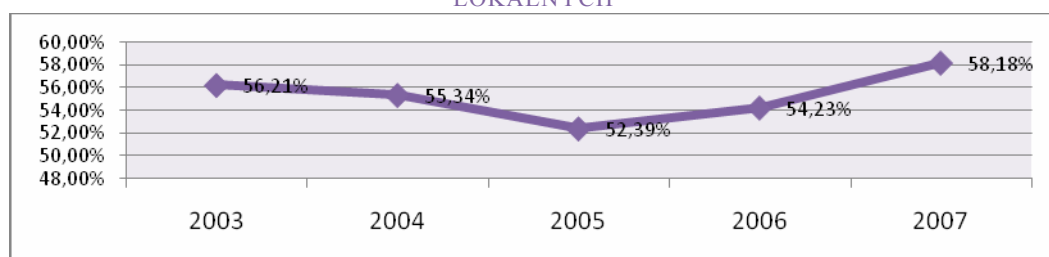
Średnie upolitycznienie publikacji lokalnych w „Rodni” w latach 2003 – 2007 wyniosło 54,76%, więc większość materiałów w tym piśmie przedstawiona była w kontekście politycznym. Materiały nie związane z działalnością władz były upolitycznione w 23,07%. Dominował wydźwięk neutralny, choć poziom publikacji o wydźwięku aprobatywnym przekroczył 23%. Publikacje krytyczne natomiast należały do rzadkości. Średni wydźwięk publikacji w piśmie w badanych latach obrazuje poniższy wykres.

WYKRES 138 „RODNI” PODSUMOWANIE – ŚREDNI WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



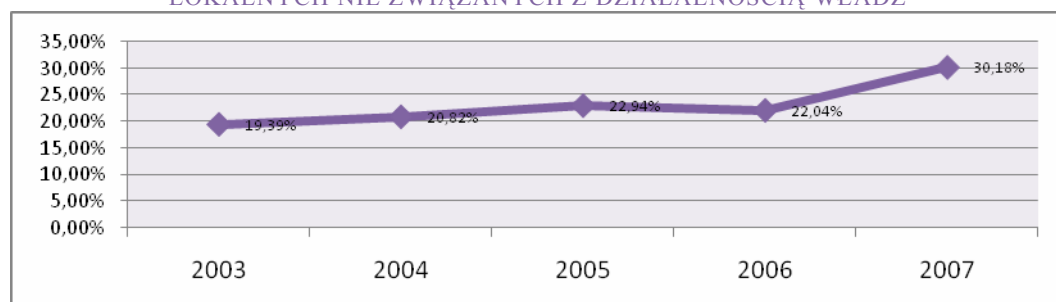
Średni poziom upolitycznienia publikacji w „Rodni” był w miarę stabilny w badanych latach i oscylował wokół 55%. Interesujące jest, że od roku 2005 upolitycznienie to wzrosło o prawie 6% podczas gdy w roku 2007 odnotowano spadek zawartości tematyki działalności lokalnych władz, co świadczy o tym, że w kontekście politycznym przedstawiono w tym roku więcej wydarzeń spoza tej tematyki.

WYKRES 139 „RODNI” PODSUMOWANIE – UPOLITYCZNIE NIE PUBLIKACJI LOKALNYCH



Upolitycznienie publikacji nie związanych z działalnością lokalnych władz wydaje się wzrastać z upływem czasu – mamy więc do czynienia ze spadkiem publikacji na temat działalności władz lokalnych i wzrostem upolitycznienia pozostałych materiałów, co przekłada się na ogólny wzrost upolitycznienia.

WYKRES 140 „RODNI” PODSUMOWANIE – UPOLITYCZNIE NIE PUBLIKACJI
LOKALNYCH NIE ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ



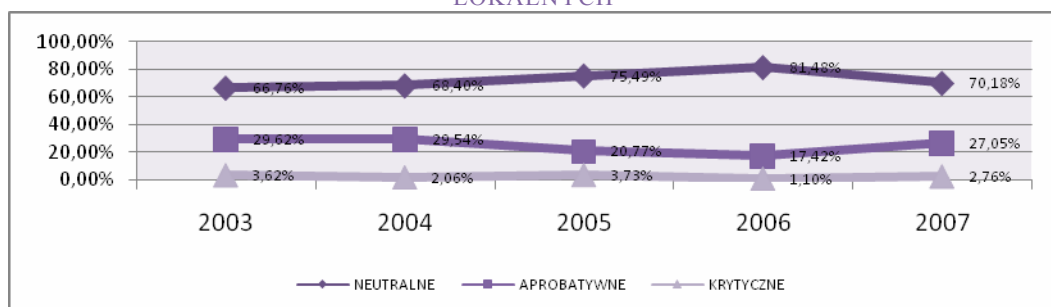
W badanym okresie w „Rodni” wśród kategorii tematycznych nie związanych z działalnością władz najbardziej upolitycznione okazały się materiały dotyczące działalności partii politycznych, natomiast największą polityczną neutralnością charakteryzowały się publikacje dotyczące historii, nauki i oświaty oraz ogólnej tematyki politycznej.

TABELA 8 „RODNI” – UPOLITYCZNIE NIE KATEGORII TEMATYCZNYCH NIE
ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ LOKALNYCH (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	UPOLITYCZNIE	NIEUPOLITYCZNIE
POLITYKA	15,65	84,35
600 BIERUŃ	80,76	19,24
PLATFORMA	100,00	0,00
INNE	27,35	72,65
PORĄBEK	90,95	9,05
GOSPODARKA	38,20	61,80
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	46,05	53,95
NAUKA I OŚWIATA	14,24	85,76
KULTURA	27,59	72,41
HISTORIA	6,93	93,07
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	56,43	43,57
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	29,61	70,39
OCHRONA ZDROWIA I PROBLEMATYKA SOCJALNA	34,11	65,89
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	61,54	38,46
KOŚCIÓŁ	37,97	62,03

Wydźwięk w „Rodni” w czterech pierwszych badanych latach wykazywał tendencję do neutralizacji – spadku ilości publikacji nacechowanych emocjonalnie, zarówno aprobatywnych, jak i krytycznych. Tendencja ta została zachwiana w roku 2007, kiedy to pojawiło się o 10% więcej materiałów aprobatywnych i krytycznych.

WYKRES 141 „RODNIĄ” PODSUMOWANIE – ZMIANY WYDŹWIĘKU PUBLIKACJI LOKALNYCH



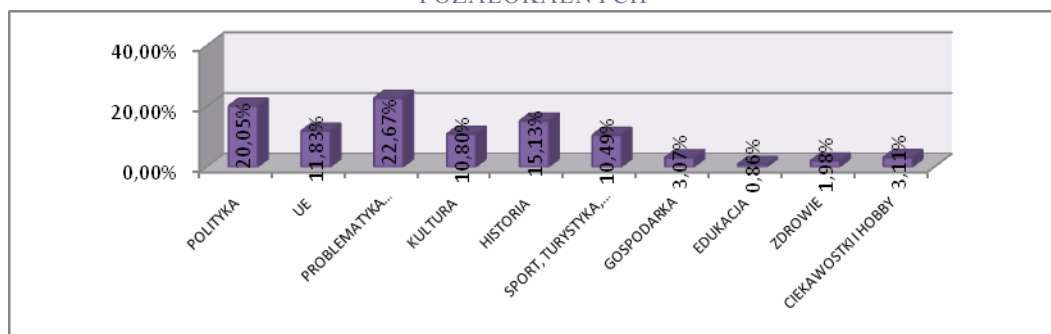
Najbardziej neutralnym wydźwiękiem w piśmie charakteryzowały się materiały dotyczące ugrupowań politycznych (Platformy Obywatelskiej i Porąbka) oraz historii. Pozytywnie pisano najczęściej o kulturze, organizacjach społecznych i gospodarce, natomiast publikacje krytyczne pojawiały się głównie w takich kategoriach, jak działalność władz powiatowych, ochrona zdrowia oraz komunikacja i sprawy miejskie.

TABELA 9 „RODNIĄ” – WYDŹWIĘK POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII TEMATYCZNYCH (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	NEUTRALNE	APROBATYWNE	KRYTYCZNE
DZIAŁALNOŚĆ WŁADZ LOKALNYCH:			
WŁADZE POWIATOWE	86,75	2,36	10,89
WŁADZE GMINNE	91,97	7,73	0,30
ADMINISTRACJA PUBLICZNA	84,76	15,24	0,00
PLACÓWKI KULTURALNE	78,75	21,25	0,00
INNE	83,73	16,27	0,00
POLITYKA	84,35	15,65	0,00
600 BIERUŃ	70,40	29,60	0,00
PLATFORMA	100,00	0,00	0,00
INNE	80,20	19,80	0,00
PORĄBEK	100,00	0,00	0,00
GOSPODARKA	65,75	33,74	0,51
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	60,91	39,09	0,00
NAUKA I OŚWIATA	80,63	19,01	0,36
KULTURA	46,99	49,98	3,03
HISTORIA	91,85	5,27	2,88
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	58,92	32,20	8,89
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	68,20	30,73	1,08
OCHRONA ZDROWIA I PROBLEMATYKA SOCJALNA	65,96	15,59	18,45
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	68,62	18,32	13,05
KOŚCIÓŁ	84,51	15,49	0,00

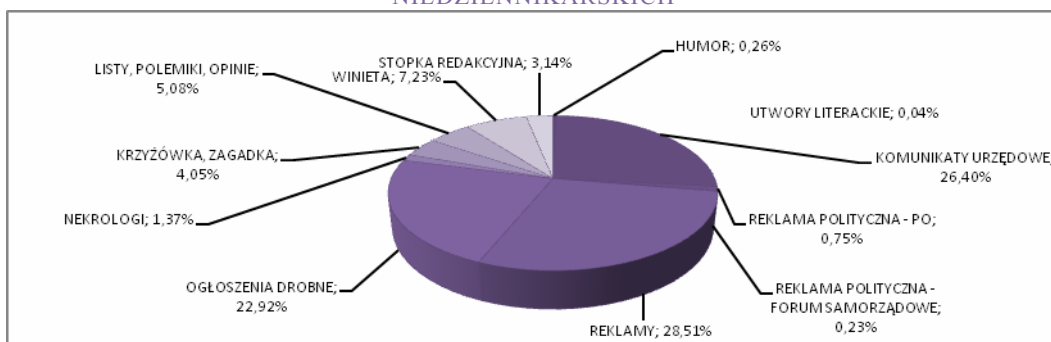
W publikacjach pozalokalnych „Rodni” dominowała problematyka społeczna i socjalna (prawie 23%), polityczna (20%) historyczna (ponad 15%) i unijna (prawie 12%).

WYKRES 142 „RODNI” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



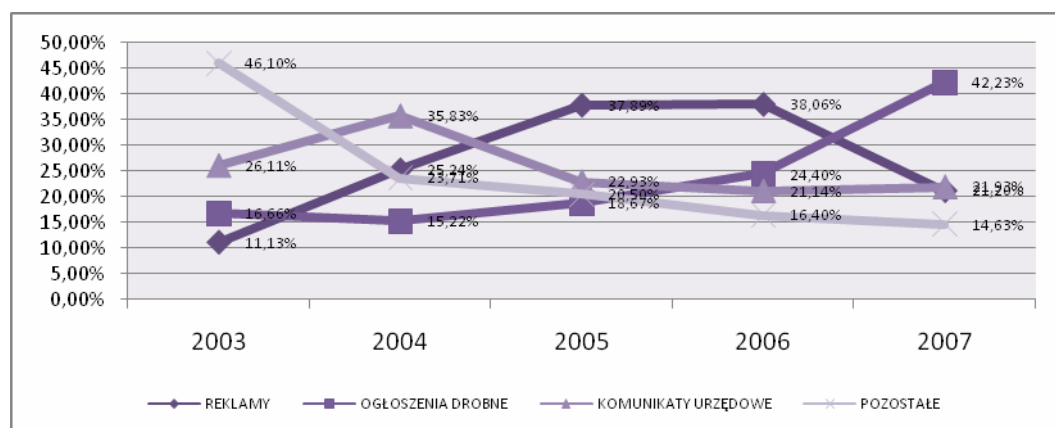
W materiałach niedziennikarskich „Rodni” dominowały reklamy (28,5%), ale niewiele mniej było komunikatów urzędowych (25%) i ogłoszeń (23%).

WYKRES 143 „RODNI” PODSUMOWANIE- ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



Zawartość poszczególnych kategorii materiałów niedziennikarskich była mocno zmienna, obserwujemy jednak stały wzrost udziału ogłoszeń i od roku 2005 stabilizację komunikatów urzędowych.

WYKRES 144 „RODNI” PODSUMOWANIE – ZMIANY ZAWARTOŚCI MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



Podsumowując, „Rodnia” była w badanych latach pismem o wysokim poziomie upolitycznienia i zawartości materiałów dotyczących działalności władz lokalnych. Wśród publikacji o tematyce politycznej dominowały te dotyczące działalności Miłośników 600 – letniego Bierunia, a więc zaplecza politycznego burmistrza Ludwika Jagody. Na uwagę zasługuje stosunkowo niska zawartość materiałów niedziennikarskich. „Rodnia” jest przy tym dosyć stabilna, jeżeli chodzi o zawartość w poszczególnych latach – nie obserwujemy znaczących zmian ani w zawartości publikacji upolitycznionych, ani w tematyce, ani w wydźwięku, ani nawet we wzajemnych relacjach materiałów lokalnych, pozalokalnych i niedziennikarskich, dlatego trudno wnioskować o jakichkolwiek tendencjach w tym piśmie. Można jednak wyciągnąć wnioski o dużym upolitycznieniu i uzależnieniu od lokalnych władz – również pod względem finansowym (niestabilna reklama) „Rodni”.

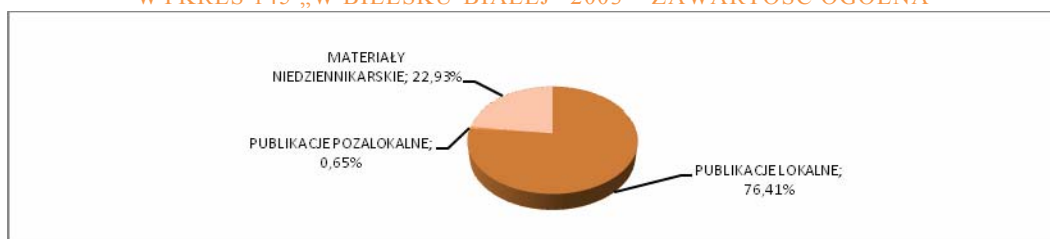
„W Bielsku-Białej”

„W Bielsku-Białej” rok 2003

Strona | 243

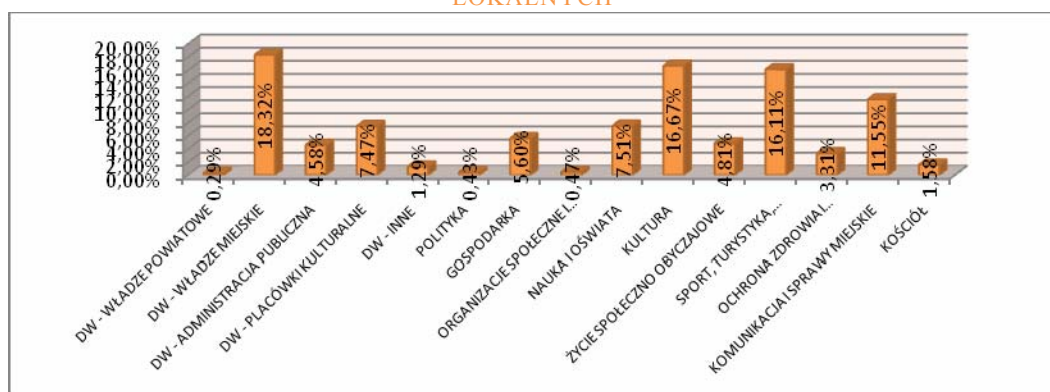
W roku 2003 ukazały się 24 numery „W Bielsku-Białej” oraz 4 wydania specjalne. Pismo liczyło standardowo 12 stron, oprócz numeru 1, który zawierał 20 stron oraz numeru 24 – 16 stron. Wydania specjalne liczyły po 24 strony. W ogólnej zawartości „Magazynu Samorządowego” mieliśmy do czynienia z 76% zawartością publikacji lokalnych, tekstów o tematyce pozalokalne było nieco ponad 0,5%, natomiast materiały niedziennikarskie stanowiły prawie 23% ogólnej powierzchni pisma.

WYKRES 145 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2003 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



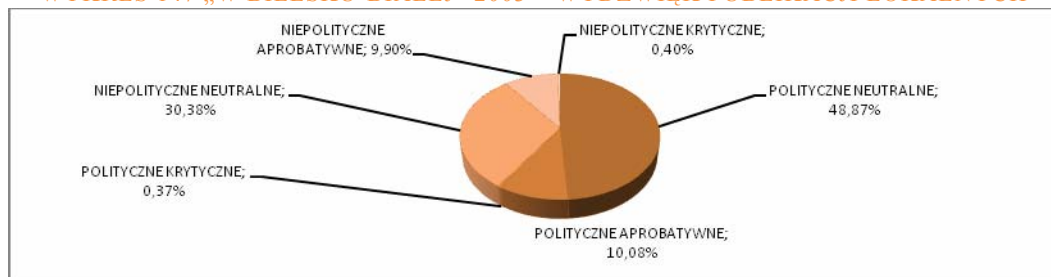
Dominującą tematyką w piśmie w tym roku była działalność władz miejskich (ponad 18%) oraz kultura i sport (po ponad 16%). Wszystkie kategorie związane z działalnością władz lokalnych stanowiły 31,95%, przeważając znacząco nad wszystkimi innymi tematykami.

WYKRES 146 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2003 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Upolitycznienie wszystkich materiałów lokalnych wyniosło 59,32%, niezwiązanych z działalnością władz – 27,37%. 10% publikacji lokalnych stanowiły teksty upolityczone o aprobatywnym kontekście. Nieupolityczone teksty aprobatywne zajęły podobną powierzchnię.

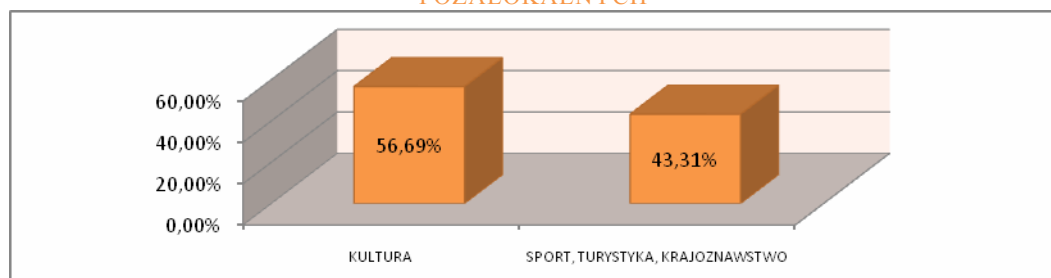
WYKRES 147 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2003 – WYDZIAŁ PUBLIKACJI LOKALNYCH



Strona | 244

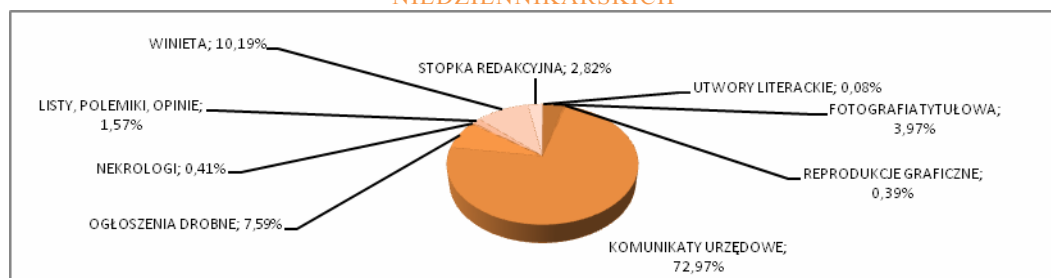
W nielicznych publikacjach pozalokalnych (0,65% ogólnej powierzchni) pojawiły się publikacje tylko w dwóch kategoriach tematycznych, a mianowicie o kulturze (prawie 57%) i o sporcie (ponad 43%).

WYKRES 148 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2003 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Komunikaty urzędowe zdecydowanie zdominowały kategorię materiałów niedziennikarskich, stanowiąc prawie 73% tej kategorii. Pozostałe liczące się kategorie zajęły powierzchnię mniejszą od winiety tytułowej.

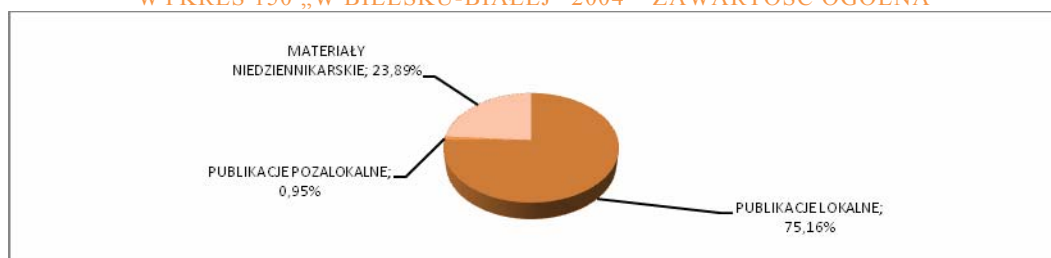
WYKRES 149 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2003 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„W Bielsku-Białej” rok 2004

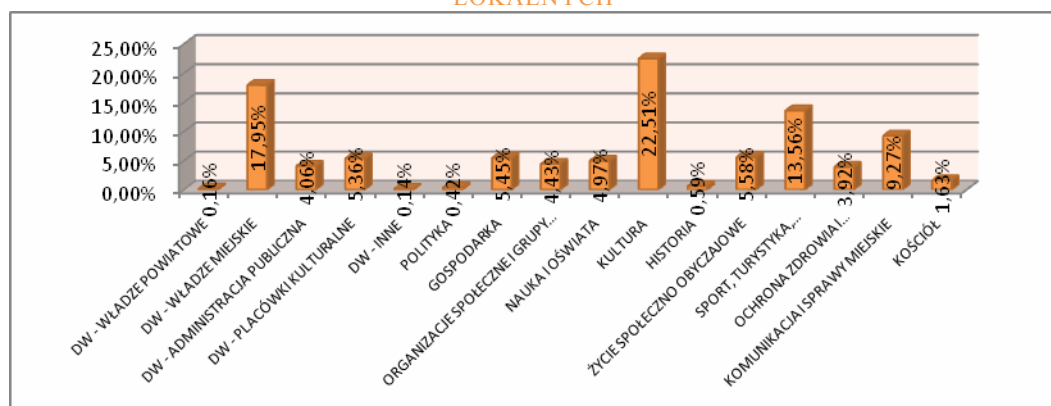
W roku 2004 mamy do czynienia z podobnym rozkładem udziału poszczególnych treści w ogólnej zawartości Magazynu Samorządowego „W Bielsku-Białej” – 75% publikacji lokalnych, niecały 1% pozalokalnych i prawie 24% materiałów niedziennikarskich. W roku 2004 ukazało się 26 numerów pisma, każdy po 16 stron i 4 wydania specjalne – po 24 strony.

WYKRES 150 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2004 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



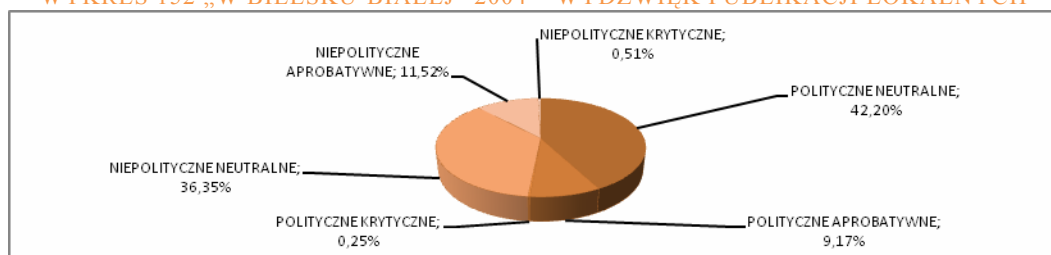
W tematyce lokalnej najczęściej uwagi poświęcono kulturze (22,5%), na drugim miejscu znalazła się działalność władz miejskich (prawie 18%) a na kolejnym sport (13,5%), jednak suma kategorii dotyczących działalności lokalnych władz (27,67%) stawia tę tematykę na zdecydowanie dominującej pozycji wśród wszystkich materiałów lokalnych.

WYKRES 151 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2004 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Materiały lokalne w Magazynie Samorządowym były w 2004 roku w 51,52% upolitycznione, publikacje nie związane z działalnością władz w 23,85%, można więc znowu mówić o dominacji publikacji tego typu. Aprobacyjny wydźwięk w kontekście politycznym miało 9% publikacji a w niepolitycznym 11,5%. Pozostałe teksty to prawie wyłącznie neutralne publikacje, pojawiło się bowiem mniej niż 1% materiałów krytycznych.

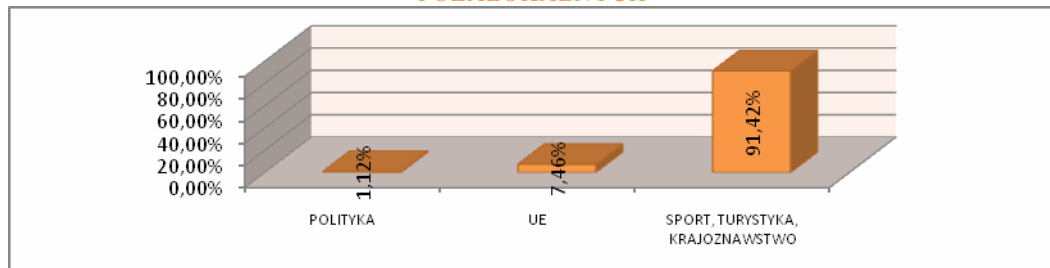
WYKRES 152 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2004 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



W tematyce pozalokalne w tym roku pojawiły się, co prawda, trzy kategorie w tym roku, jednak jedna z nich – sport – zdecydowanie dominowała

nad pozostałymi, zajmując 91% powierzchni wszystkich publikacji tego rodzaju. Nieco ponad 7% przypadło na problematykę Unii Europejskiej i 1% na politykę.

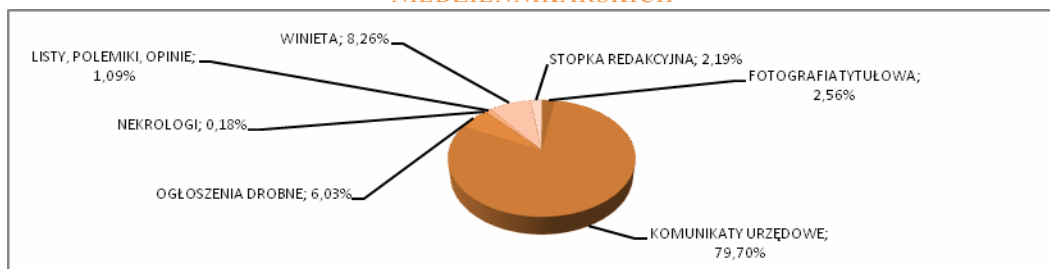
WYKRES 153 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2004 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Strona | 246

W materiałach niedziennikarskich w 2004 roku znowu zdecydowanie przeważały komunikaty urzędowe, zajmując prawie 80% powierzchni. I, podobnie jak w roku poprzednim, pozostałe kategorie zajęły mniejszą powierzchnię niż winieta tytułowa, były więc marginalne.

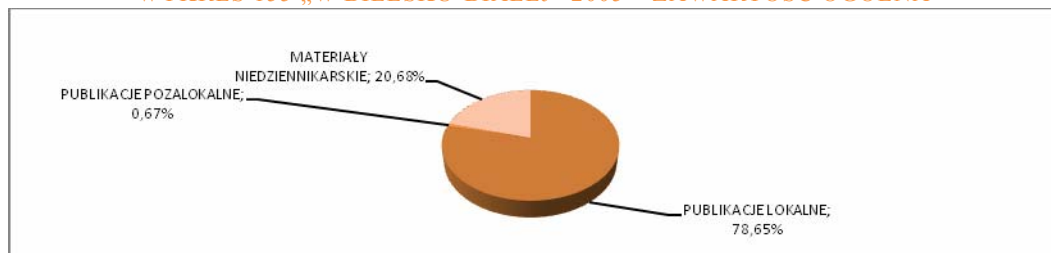
WYKRES 154 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2004 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„W Bielsku-Białej” rok 2005

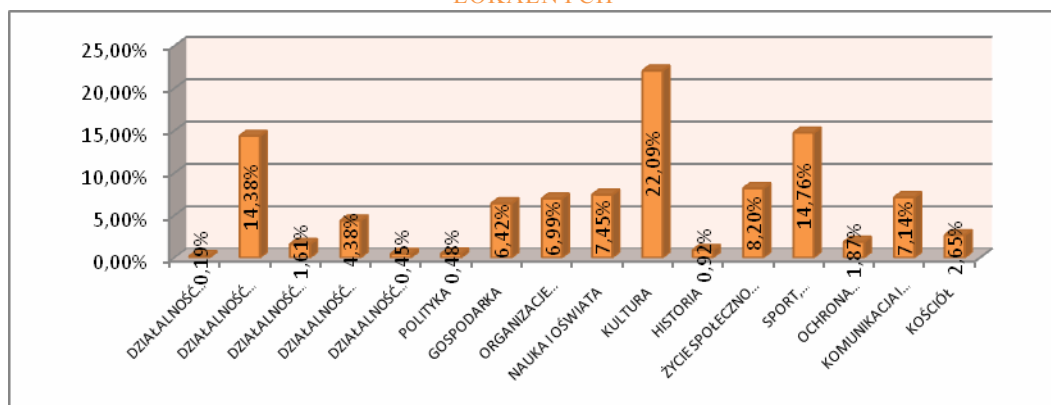
Rok 2005 nie przyniósł niespodzianek w strukturze ogólnej zawartości Magazynu Samorządowego „W Bielsku-Białej”. Publikacje lokalne zajęły ponad 78% powierzchni pisma, pozalokalne poniżej 1% a materiały niedziennikarskie prawie 21%. Podobnie jak w roku ubiegłym wszystkie z 26 numerów pisma liczyły po 16 stron a wydania specjalne po 24.

WYKRES 155 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2005 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



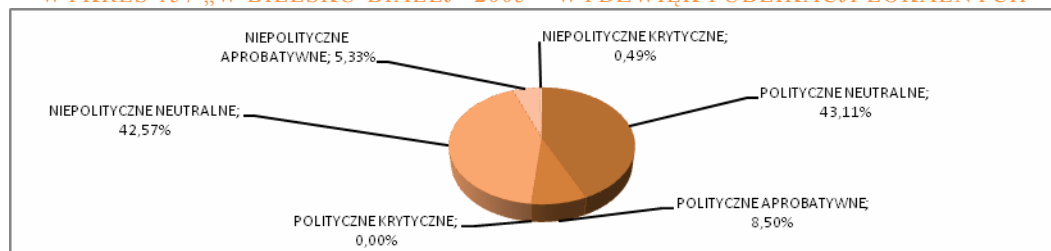
W tematyce lokalnej najczęściej uwagi poświęcono kwestiom kultury (22%), sportu (prawie 15%) oraz działalności władz miejskich (ponad 14%). Łączna powierzchnia tematyki działalności władz lokalnych wyniosła 21,02%, więc tym razem tematyka ta znalazła się na drugim miejscu w piśmie, gdyż problematyce kultury poświęcono więcej miejsca.

WYKRES 156 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2005 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



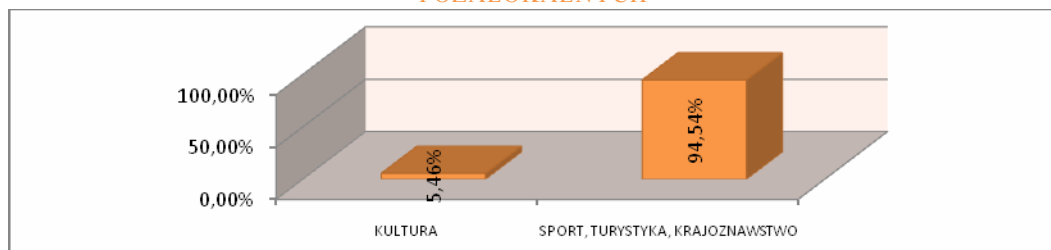
W omawianym roku upolitycznienie publikacji lokalnych wyniosło w piśmie 51,62%, przekroczyło więc połowę materiałów w piśmie (30,6% publikacji o tematyce nie związanej z działalnością lokalnych władz). Wydźwięk publikacji był przeważnie neutralny (87,8%), choć ponad 8% stanowiły teksty upolitycznione o aprobatywnym wydźwięku i ponad 5% nieupolitycznione o aprobatywnym wydźwięku.

WYKRES 157 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2005 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



Wśród publikacji o tematyce pozalokalnej, która zajęła w tym roku w piśmie poniżej 1% powierzchni, pisano przede wszystkim o sporcie (ponad 94%), poświęcono też nieco uwagi kwestiom kultury (ponad 5%).

WYKRES 158 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2005 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W „W Bielsku-Białej” w roku 2005 w materiałach niedziennikarskich znów zdecydowanie dominowały komunikaty urzędowe, zajmując ponad 81% powierzchni tej kategorii. Dla porównania – ogłoszenia zajęły niecałe 3% a reklama nie wystąpiła wcale.

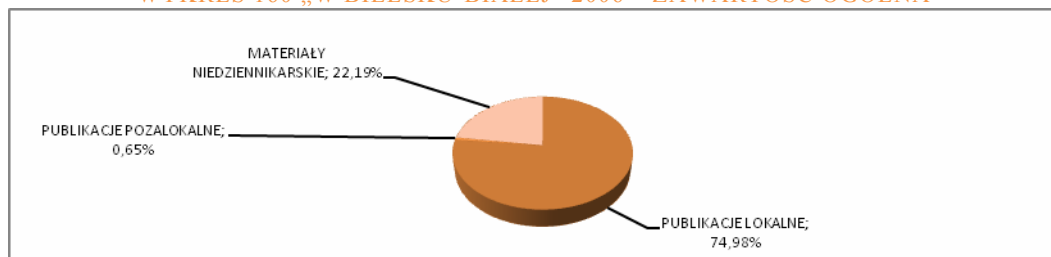
WYKRES 159 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2005 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„W Bielsku-Białej” rok 2006

W roku 2006 w Magazynie Samorządowym prawie 75% zajęły publikacje lokalne, materiały niedziennikarskie nieco ponad 22%, tematyce pozalokalnej znów poświęcono poniżej 1% powierzchni. Nie zmieniła się objętość pisma – nadal wynosiła ona 16 stron, a dla wydań specjalnych – 24.

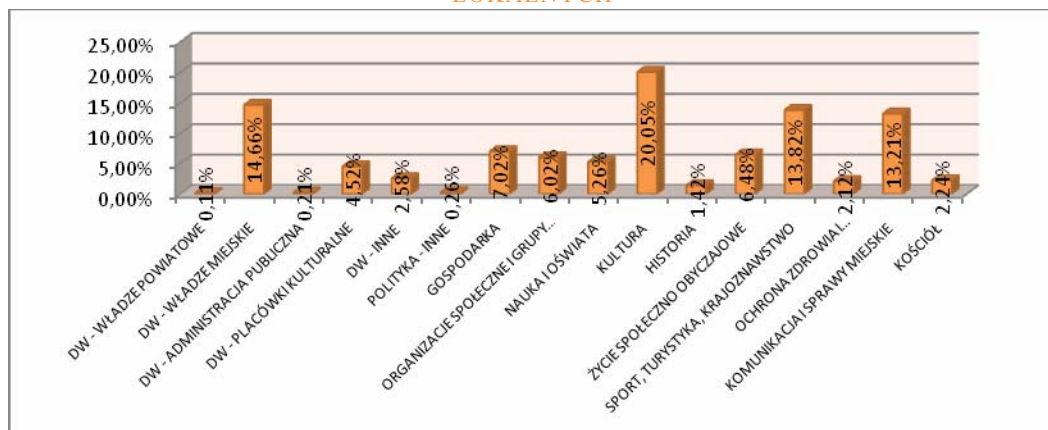
WYKRES 160 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2006 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



Wśród publikacji lokalnych w piśmie w 2006 roku najpopularniejszą tematyką znów była kultura (20%), działalność władz miejskich (ponad 14%)

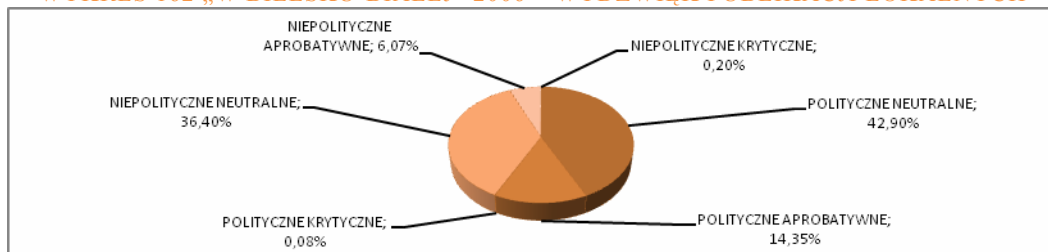
oraz sport (prawie 14%). Łącznie działalności władz lokalnych poświęcono 22,09% powierzchni publikacji lokalnych, więc znów ta kategoria okazała się w piśmie dominująca.

WYKRES 161 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2006 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



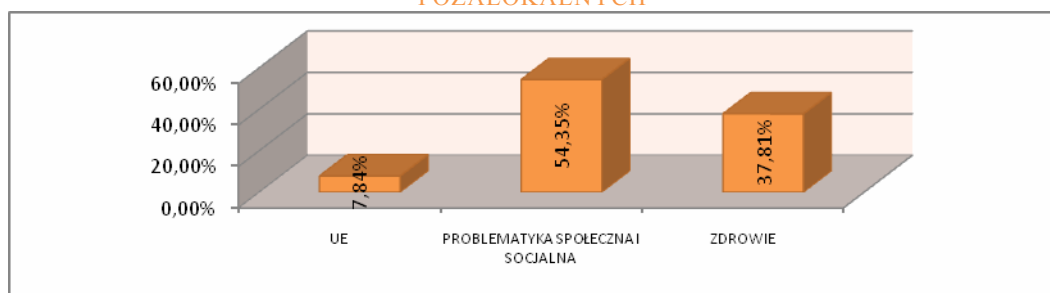
Wśród publikacji lokalnych 57,3% (35,21% nie dotyczących działalności władz lokalnych) w 2006 roku okazało się upolitycznionych. Ponad 14% materiałów to teksty upolitycznione o wydźwięku aprobatywnym a 6% nieupolitycznione o wydźwięku aprobatywnym.

WYKRES 162 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2006 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



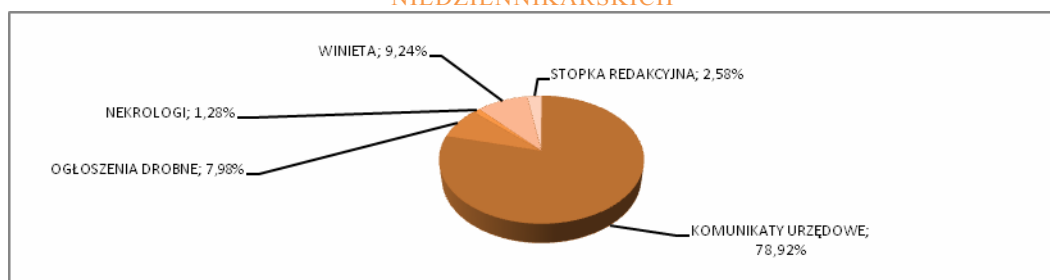
W tematyce pozalokalne wystąpiły w Magazynie Samorządowym w tym roku trzy kategorie tematyczne. Najwięcej pisano o problematyce społecznej i socjalnej (ponad 54%). Prawie 38% powierzchni poświęcono zdrowiu a prawie 8% Unii Europejskiej.

WYKRES 163 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2006 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W materiałach niedziennikarskich mamy ponownie do czynienia ze zdecydowaną dominacją komunikatów urzędowych (prawie 79%), jednak na uwagę zasługuje wzrost powierzchni ogłoszeń do prawie 8%.

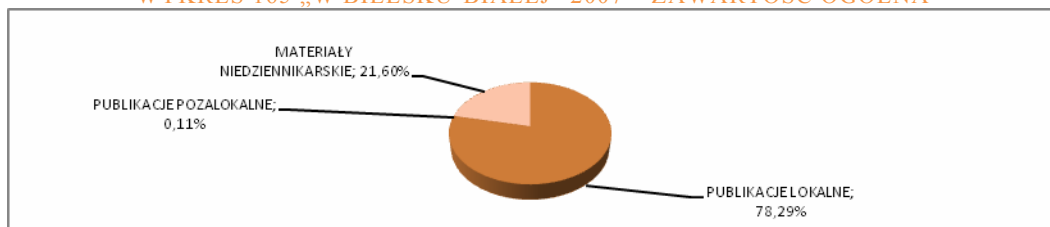
WYKRES 164 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2006 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



„W Bielsku-Białej” rok 2007

W ostatnim analizowanym roku Magazyn Samorządowy „W Bielsku-Białej” utrzymał tendencję do znacznej przewagi publikacji lokalnych (ponad 78%). Materiały niedziennikarskie zajęły ponad 21% powierzchni, zupełnie marginalne były teksty o tematyce pozalokalne (0,11%). Powierzchnia pisma nie uległa zmianie.

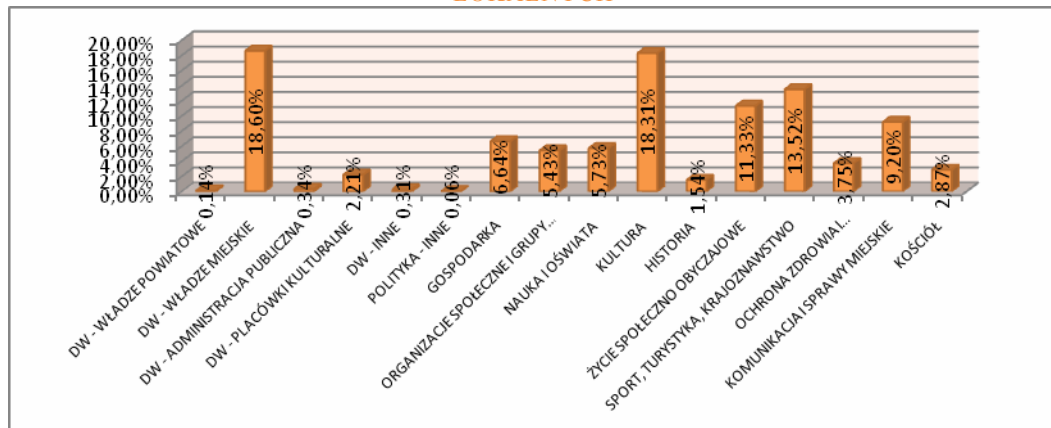
WYKRES 165 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2007 – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



Publikacje lokalne zostały zdominowane przez tematykę działalności władz miejskich (18,6%), niewiele mniej było tekstów o tematyce kulturalnej. 13,5% powierzchni materiałów o tematyce lokalnej zajęły publikacje o tematyce

sportowej. Łączna powierzchnia kategorii związanych z działalnością lokalnych władz wyniosła 21,61%.

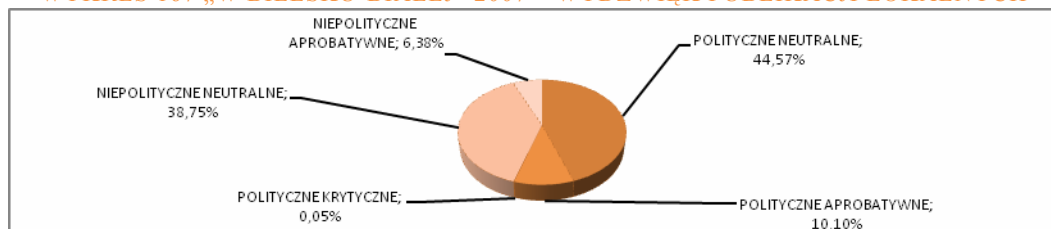
WYKRES 166 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2007 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Strona | 251

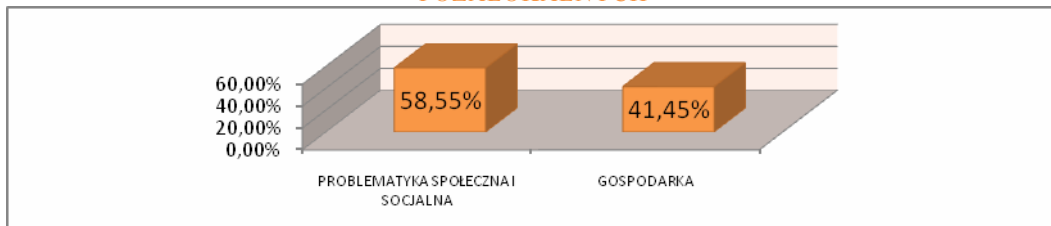
W 2007 roku 54,72% publikacji w Magazynie Samorządowym było upolitycznionych. W politycznym kontekście przedstawiono 35,11% publikacji nie związanych z działalnością władz. Powierzchnia materiałów upolitycznionych o aprobatywnym wydźwięku wyniosła ponad 10%, a nieupolitycznionych o wydźwięku aprobatywnym – ponad 6%. Publikacje krytyczne po raz kolejny okazały się zjawiskiem marginalnym.

WYKRES 167 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2007 – WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



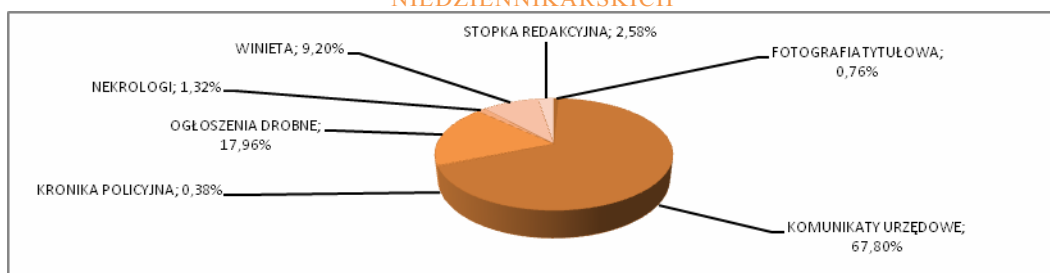
Jak już wspomniano, publikacje pozalokalne zajęły w tym roku w Magazynie Samorządowym jedynie 0,11%. Wystąpiły wśród nich dwie kategorie tematyczne – pisano więc o kwestiach społecznych i socjalnych (ponad 58%) oraz o gospodarce (ponad 41%).

WYKRES 168 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2007 – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



W zawartości materiałów niedziennikarskich nastąpiła w tym roku pewna zmiana stosunku powierzchni poszczególnych kategorii. Komunikaty urzędowe zajęły tym razem niespełna 68%, zwiększyła się też zawartość ogłoszeń – do prawie 18%.

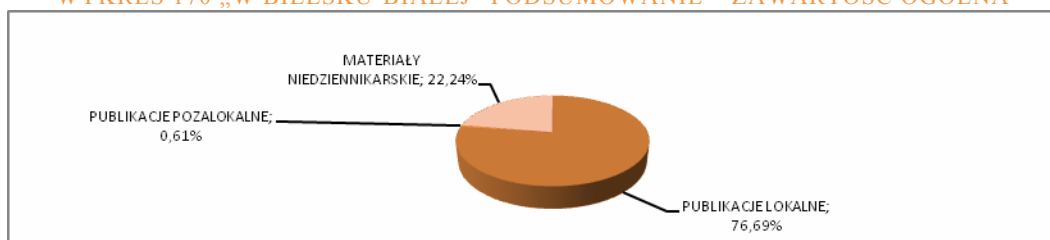
WYKRES 169 „W BIELSKU-BIAŁEJ” 2007 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



Magazyn samorządowy „W Bielsku-Białej” – wyniki średnie i tendencje zmian w piśmie

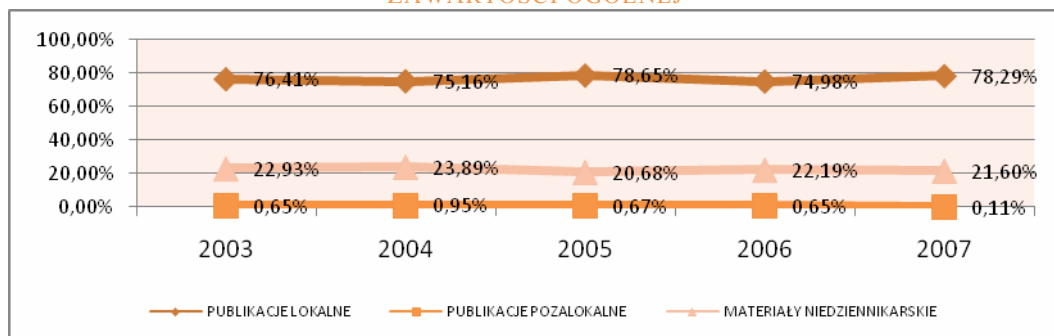
Przebadano 148 numerów Magazynu Samorządowego „W Bielsku-Białej” z lat 2003 – 2007. Przeciętna zawartość ogólna przedstawia się tak, że niespełna 77% stanowią publikacje o tematyce lokalnej, ponad 22% materiały niedziennikarskie, natomiast publikacje pozalokalne poniżej jednego procenta – średnio 0,61%.

WYKRES 170 „W BIELSKU-BIAŁEJ” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA



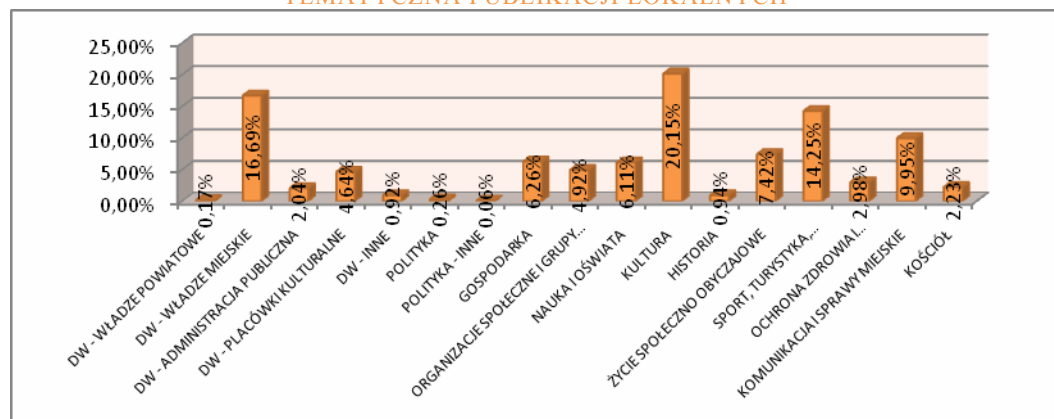
Zawartość poszczególnych kategorii w piśmie okazała się bardzo stabilna – publikacje lokalne oscylowały między 75 a niespełna 79% powierzchni, materiały niedziennikarskie między niespełna 21 a niespełna 24%, natomiast publikacje pozalokalne w żadnym z badanych lat nie przekroczyły 1% powierzchni pisma.

WYKRES 171 „W BIELSKU-BIAŁEJ” – PODSUMOWANIE, DYNAMIKA ZMIAN ZAWARTOŚCI OGÓLNEJ



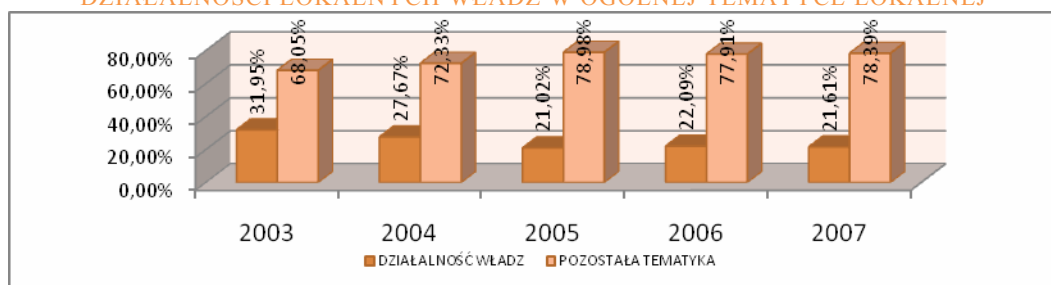
W tematyce lokalnej średnio najwięcej było publikacji na temat kultury, (ponad 20%) działalności władz miejskich (prawie 17%) oraz sportu (ponad 14%). Jednak łączna powierzchnia kategorii związanych z działalnością lokalnych władz – 24,46% – stawia tę tematykę na pozycji najbardziej popularnej w tym piśmie i skłania ku stwierdzeniu, że właśnie ta tematyka dominowała w badanym okresie w Magazynie Samorządowym „W Bielsku-Białej”.

WYKRES 172 „W BIELSKU-BIAŁEJ” PODSUMOWANIE – ŚREDNIA ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



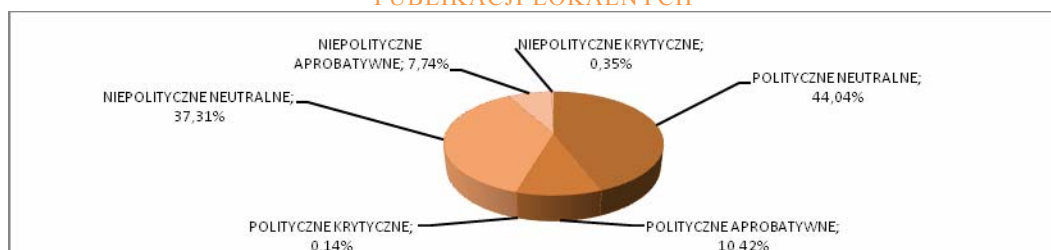
Dominującą tematyką w Magazynie Samorządowym okazała się – oprócz roku 2005, kiedy to najwięcej pisano o kulturze – działalność władz lokalnych, jednak jej zawartość w poszczególnych rocznikach okazała się nieco zmienna – zaobserwowano tendencję do nieznacznego zmniejszania jej powierzchni (z minimalnym wzrostem w wyborczym roku 2006).

WYKRES 173 „W BIELSKU-BIAŁEJ” PODSUMOWANIE – UDZIAŁ TEMATYKI DZIAŁALNOŚCI LOKALNYCH WŁADZ W OGÓLNEJ TEMATYCE LOKALNEJ



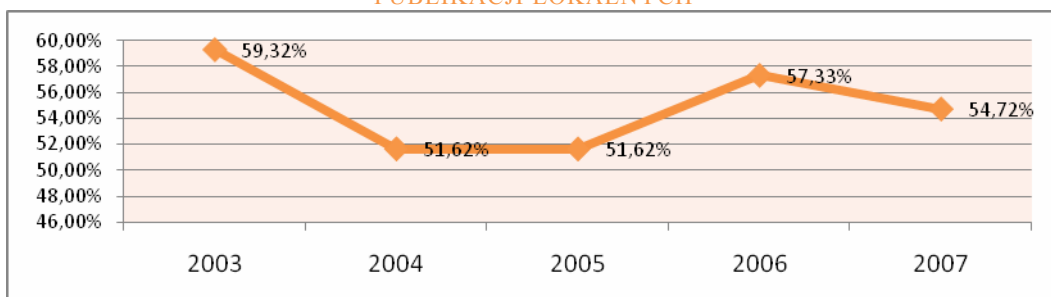
Średnie upolitycznienie publikacji lokalnych w piśmie w latach 2003 – 2007 wyniosło 54,5%, a więc można stwierdzić, że większość z nich była upolityczniona. Upolitycznienie dotyczyło 30,04% materiałów o tematyce nie związanej bezpośrednio z działalnością władz i instytucji im podległych. Średni wydźwięk publikacji jest neutralny (ponad 81%), zdarzały się jednak też publikacje aprobatywne: upolitycznione – ponad 10% i niepolitycznione – prawie 8%. Materiały krytyczne były zjawiskiem marginalnym.

WYKRES 174 „W BIELSKU-BIAŁEJ” PODSUMOWANIE – ŚREDNI WYDŹWIEK PUBLIKACJI LOKALNYCH



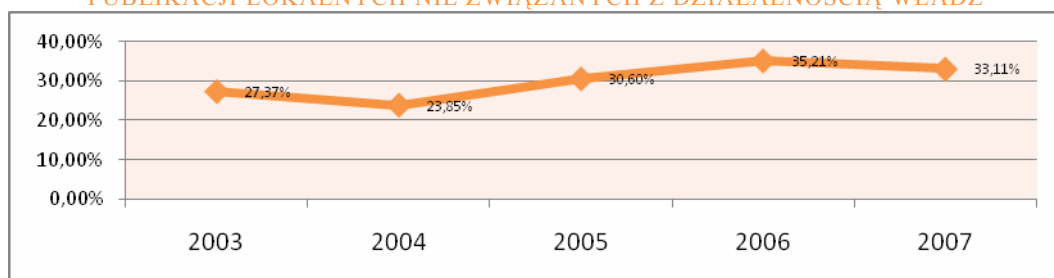
Upolitycznienie we wszystkich badanych latach przekroczyło 50%, jednak jego poziom był zmienny. Najwyższą wartość osiągnęło ono w pierwszym badanym roku oraz w roku 2006.

WYKRES 175 „W BIELSKU-BIAŁEJ” PODSUMOWANIE – ZMIANY UPOLITYCZNIENIA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Upolitycznienie publikacji nie związanych bezpośrednio z działalnością władz i instytucji im podległych systematycznie rośnie w piśmie w trakcie badanych lat.

WYKRES 176 „W BIELSKU-BIAŁEJ” PODSUMOWANIE – ZMIANY UPOLITYCZNIEŃIA PUBLIKACJI LOKALNYCH NIE ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ



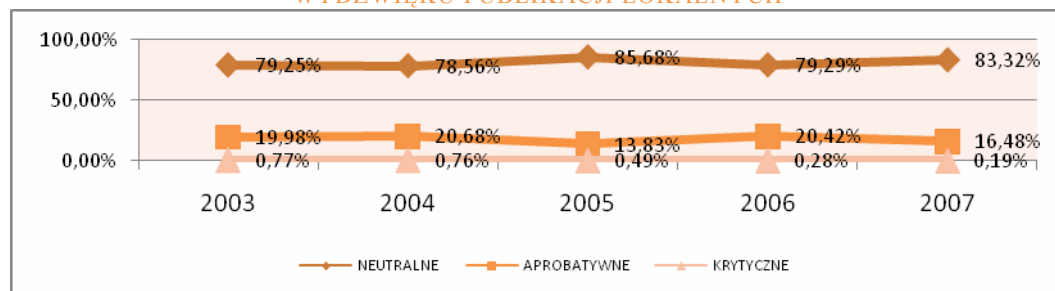
W publikacjach nie związanych z działalnością władz Bielska-Białej najbardziej upolitycznionymi kategoriami tematycznymi okazały się w piśmie materiały na tematy działalności partii politycznych, komunikacji i spraw miejskich oraz życia społeczno – obyczajowego. Najbardziej nieupolitycznioną kategorią była historia, sport oraz religia.

TABELA 10 „W BIELSKU-BIAŁEJ” – UPOLITYCZNIEŃIE PUBLIKACJI NIE ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	UPOLITYCZNIONE	NIEUPOLITYCZNIONE
POLITYKA	50,88	49,12
INNE	100,00	0,00
GOSPODARKA	50,76	49,24
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	36,69	63,31
NAUKA I OŚWIATA	35,28	64,72
KULTURA	24,60	75,40
HISTORIA	0,00	100,00
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	64,88	35,12
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	29,42	70,58
OCHRONA ZDROWIA I PROBLEMATYKA SOCJALNA	36,76	63,24
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	70,79	29,21
KOŚCIÓŁ	32,98	67,02

Wydźwięk publikacji w Magazynie Samorządowym był, przede wszystkim, neutralny – z zauważalną tendencją do zwiększania powierzchni materiałów o neutralnym wydźwięku a zmniejszania tekstów aprobatywnych (za wyjątkiem roku 2006, kiedy zauważono odwrotną tendencję). Mimo marginalnej powierzchni publikacji krytycznych, warto zwrócić uwagę na to, że również ich udział w piśmie maleje.

WYKRES 177 „W BIELSKU-BIAŁEJ”, PODSUMOWANIE, DYNAMIKA ZMIAN
WYDŹWIĘKU PUBLIKACJI LOKALNYCH



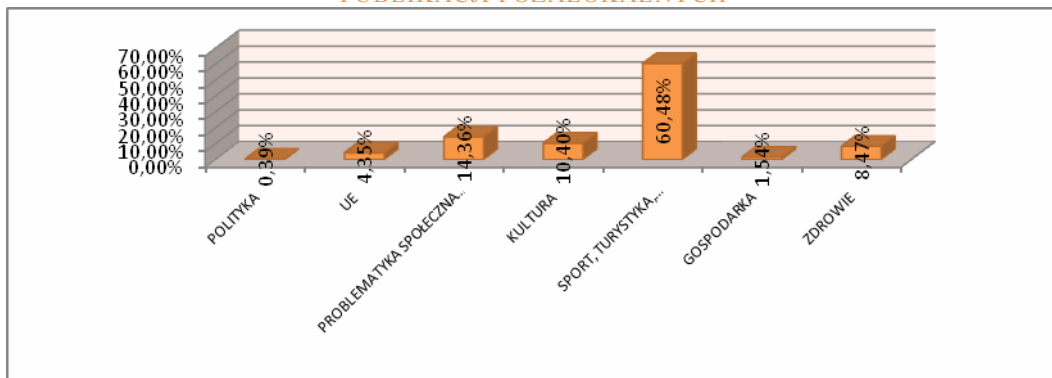
Najbardziej neutralnie przedstawianą tematyką w piśmie okazały się: polityka, historia oraz religia. Najbardziej pozytywnie pisano o działalności władz powiatowych, życiu społeczno – obyczajowym oraz gospodarce, natomiast publikacje krytyczne pojawiały się najczęściej w takich kategoriach tematycznych, jak administracja publiczna, życie społeczno – obyczajowe oraz komunikacja i sprawy miejskie.

TABELA 11 „W BIELSKU-BIAŁEJ” – WYDŹWIĘK POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII
TEMATYCZNYCH (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	NEUTRALN E	APROBATYWN E	KRYTYCZN E
DZIAŁALNOŚĆ WŁADZ LOKALNYCH			
WŁADZE POWIATOWE	56,47	43,53	0,00
WŁADZE GMINNE	97,55	2,45	0,00
ADMINISTRACJA PUBLICZNA	75,28	23,32	1,39
PLACÓWKI KULTURALNE	84,42	15,13	0,44
INNE	85,68	14,32	0,00
POLITYKA	100,00	0,00	0,00
INNE	100,00	0,00	0,00
GOSPODARKA	72,50	27,50	0,00
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	78,94	20,71	0,35
NAUKA I OŚWIATA	78,15	21,67	0,18
KULTURA	80,11	19,89	0,00
HISTORIA	100,00	0,00	0,00
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	69,96	28,31	1,73
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	80,13	19,22	0,65
OCHRONA ZDROWIA I PROBLEMATYKA SOCJALNA	74,60	25,07	0,34
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	72,27	25,93	1,79
KOŚCIÓŁ	94,04	5,96	0,00

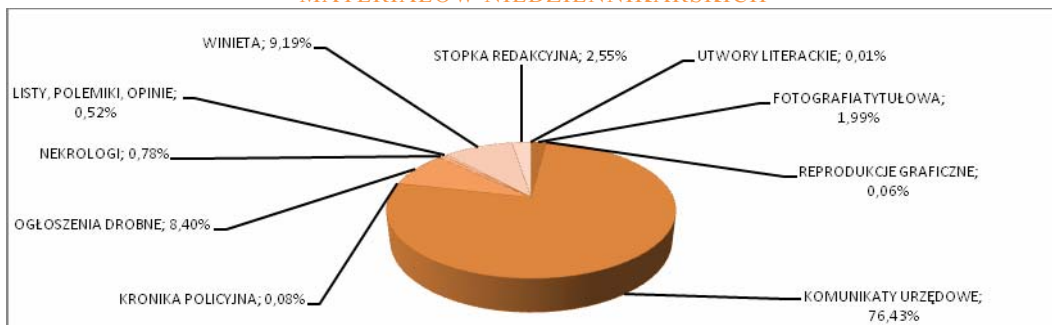
W publikacjach pozalokalnych, które, jak już wielokrotnie podkreślano, nie przekroczyły nigdy 1% powierzchni pisma, dominowała tematyka sportowa (ponad 60%), społeczna i socjalna (ponad 14%) oraz kulturalna (ponad 10%).

WYKRES 178 „W BIELSKU-BIAŁEJ” PODSUMOWANIE – ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



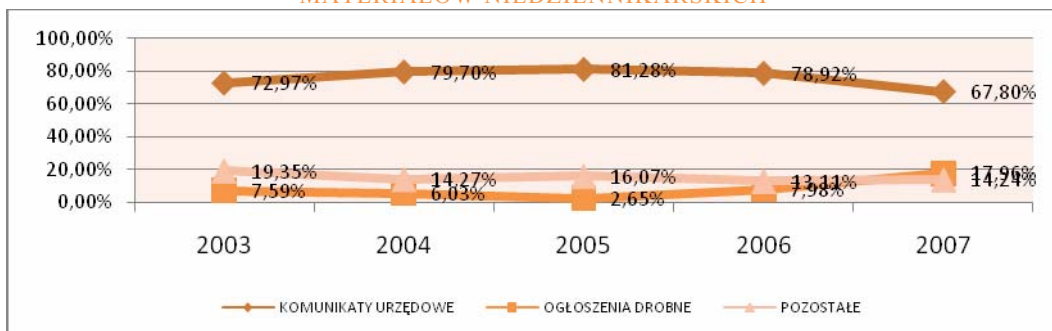
Średnio, w materiałach niedziennikarskich dominowały komunikaty urzędowe (76%). Na drugim miejscu pod względem zajętej powierzchni znalazła się winieta tytułowa a dopiero na trzecim ogłoszenia (ponad 8%).

WYKRES 179 „W BIELSKU-BIAŁEJ” PODSUMOWANIE – ŚREDNIA ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



Choć komunikaty urzędowe dominowały wśród publikacji niedziennikarskich, to ich udział był najwyższy w roku 2005, od tego czasu spada, rośnie natomiast zawartość ogłoszeń.

WYKRES 180 „W BIELSKU-BIAŁEJ” PODSUMOWANIE – ZMIANY W ZAWARTOŚCI MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



W latach 2003 – 2007 Magazyn Samorządowy „W Bielsku-Białej” charakteryzował się wysoką zawartością publikacji poświęconych działalności lokalnych władz i wysokim upolitycznieniem. Szczególnie widoczne było to w wyborczym roku 2006, kiedy nie tylko poziom upolitycznienia był najwyższy, ale również odsetek aprobatywnych publikacji na temat władz przekroczył wartość średnią. Skłania to do wyciągnięcia wniosków o ogólnym wysokim upolitycznieniu pisma. Za wnioskiem tym przemawia również fakt dominowania komunikatów urzędowych w materiałach niedziennikarskich i całkowity brak reklamy w piśmie, co świadczy o pełnym uzależnieniu pisma od dotacji samorządowych. Oprócz tego, magazyn jest bardzo stabilny, jeżeli chodzi o zawartość w nim poszczególnych kategorii w badanych latach. Struktura pisma świadczy nie tylko o tym, że pismo jest w wysokim stopniu upolitycznione, ale również o tym, że jest poświęcone prawie wyłącznie tematyce lokalnej.

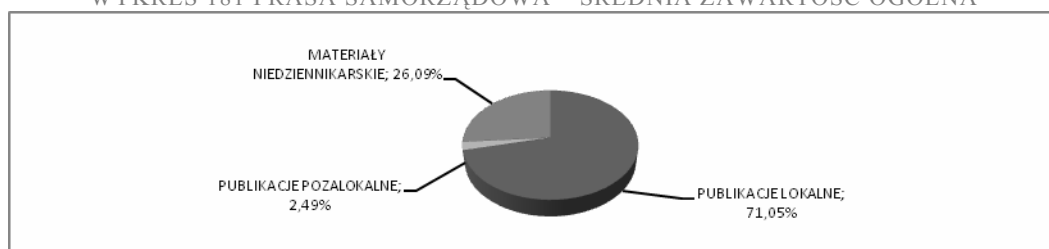
PRASA SAMORZĄDOWA W WOJEWÓDZTWIE ŚLĄSKIM – PORÓWNANIE WYNIKÓW PRASOZNAWCZEJ ANALIZY ZAWARTOŚCI BADANYCH TYTUŁÓW.

Strona | 259

Przedstawiono wyniki badań nad zawartością pięciu tytułów prasy samorządowej w województwie śląskim. Na podstawie przeprowadzonych badań można wykazać pewne tendencje, charakterystyczne dla tej prasy, jak również różnice, jakie zauważono między tymi pismami²⁸⁹.

Średnia zawartość przebadanych 5 roczników 5 pism wskazuje, że charakterystyczne dla tej prasy jest zamieszczanie dużej ilości materiałów o tematyce lokalnej – średnio zajmowały one 71% powierzchni badanych pism. Materiały niedziennikarskie zajmują niewiele ponad 1/4 powierzchni pisma – 26%, natomiast tematyce pozalokalne poświęca się niewiele, bo niespełna 2,5% powierzchni.

WYKRES 181 PRASA SAMORZĄDOWA – ŚREDNIA ZAWARTOŚĆ OGÓLNA

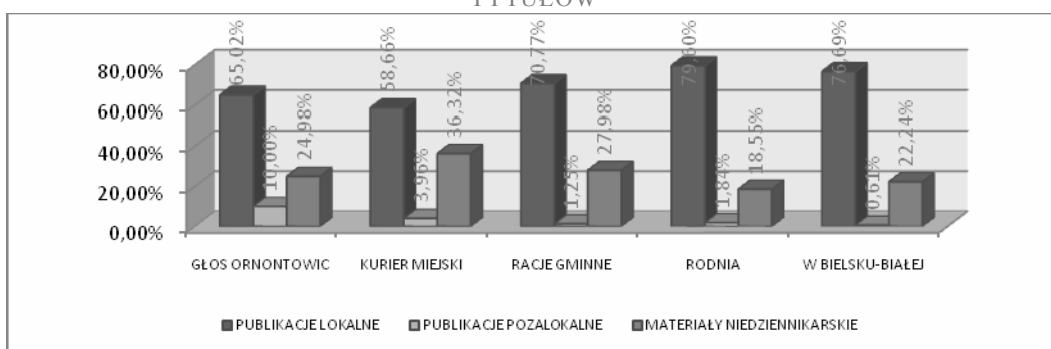


Oczywiście, zawartość poszczególnych kategorii była różna w badanych pięciu tytułach. Najwięcej powierzchni poświęcono publikacjom lokalnym w „Rodni” (prawie 80%), w której mieliśmy też do czynienia z najmniejszą ilością materiałów niedziennikarskich (18,5%). Najwięcej materiałów niedziennikarskich było w „Kurierze Miejskim” (36%), pismo to zamieściło też relatywnie najmniej materiałów o tematyce lokalnej (niecałe 59%). Największą powierzchnię na publikacje o tematyce pozalokalnej przeznaczono w „Głosie Ornontowic”, gdzie było ich średnio 10%, najmniej zaś w „W Bielsku-Białej” – 0,61%. Można więc powiedzieć, że pisma różnią się między sobą, jeżeli chodzi o powierzchnię poszczególnych kategorii – w przypadku materiałów niedziennikarskich jest to prawie dwukrotnie większa ich zawartość w „Kurierze Miejskim” niż w „Rodni”.

²⁸⁹ Wnioski na temat zawartości prasy samorządowej są wyciągane na podstawie sumy powierzchni wszystkich publikacji we wszystkich pismach w latach 2003 – 2007, a nie na podstawie wyników średnich.

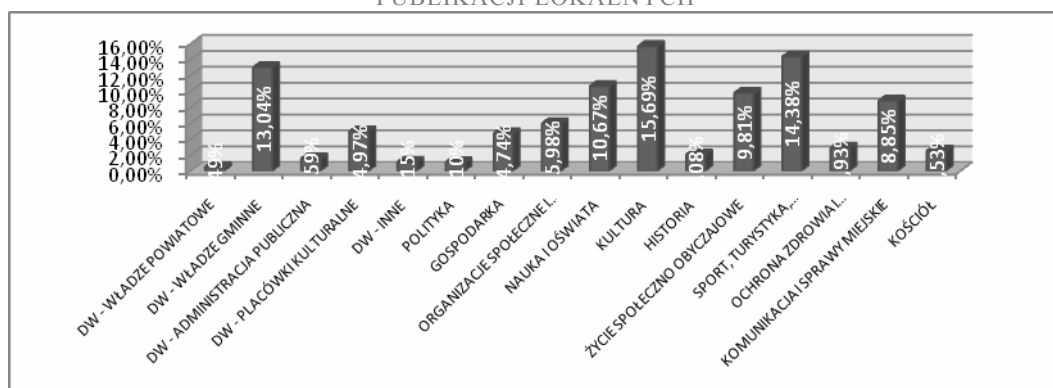
Różnica procentowa w zawartości publikacji pozalokalnych jest jeszcze większa – 10% w przypadku „Głosu Ornontowic” i 0,61% w bielskim magazynie samorządowym. Jednak wszystkie badane pisma są periodykami zdecydowanie lokalnymi. O żadnym nie można też powiedzieć, że ma charakter raczej reklamowo – promocyjny, gdyż przewaga publikacji lokalnych nad materiałami niedziennikarskimi we wszystkich pismach jest znacząca.

WYKRES 182 PRASA SAMORZĄDOWA – ZAWARTOŚĆ OGÓLNA POSZCZEGÓLNYCH TYTUŁÓW



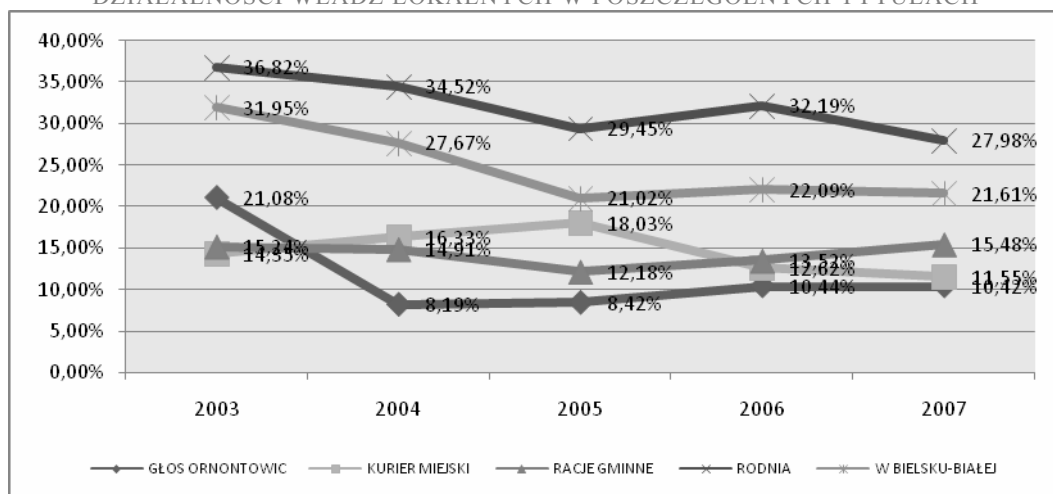
W kategorii publikacji lokalnych średnio najbardziej popularną tematyką okazała się kultura, której poświęcono prawie 16% powierzchni badanych pism. Tematyka sportowa zajęła ponad 14%, a problemy związane z działalnością władz gminnych/miejskich ponad 13%. Suma wszystkich kategorii związanych z działalnością władz lokalnych wyniosła jednak 21,24%, przeważając nad pozostałą tematyką. Ogólnie więc rzecz ujmując, badane tytuły skupiały się przede wszystkim na relacjonowaniu wszelkich wydarzeń, związanych z działalnością władz lokalnych i podległych im instytucji, była to jednak przewaga relatywna – nie stanowiły one w żadnym piśmie większości absolutnej a jedynie poświęcono im więcej uwagi, niż innym kategoriom tematycznym. Należy więc stwierdzić, że ogólnie w badanych tytułach prasy samorządowej dominuje właśnie tematyka władz lokalnych.

WYKRES 183 PRASA SAMORZĄDOWA – ŚREDNIA ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI LOKALNYCH



Wysoka zawartość publikacji na temat działalności władz jest w różny sposób charakterystyczna dla badanych tytułów i zmienna w czasie. Stałą, największą ich powierzchnię zaobserwowano w „Rodni” oraz w „W Bielsku-Białej”, natomiast najniższą w „Głosie Ornontowic”. Średni poziom publikacji na temat władz występuje w „Kurierze Miejskim” oraz w „Racjach Gminnych” przy czym „Racje Gminne” początkowo zamieszczały mniej materiałów tego typu niż „Kurier Miejski”, od 2006 roku ta zależność uległa odwróceniu.

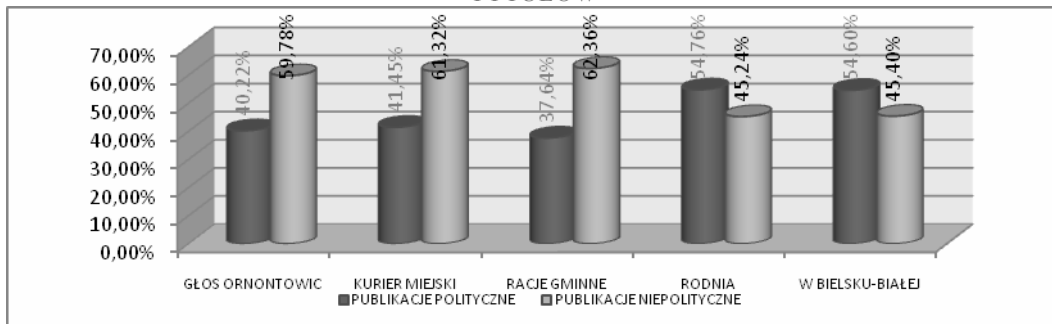
WYKRES 184 PRASA SAMORZĄDOWA – DYNAMIKA ZAWARTOŚCI TEMATYKI DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH W POSZCZEGÓLNYCH TYTUŁACH



Średnie upolitycznienie materiałów lokalnych w badanych tytułach prasy samorządowej wyniosło 47,65%, a więc większość zbadanych tekstów nie była upolityczniona. Jednak upolitycznienie, podobnie jak zawartość publikacji na temat lokalnych władz, jest różne dla poszczególnych tytułów. Najwyższy poziom upolitycznienia występował w „Rodni” – 54,76% tekstów o tematyce lokalnej. Niewiele mniej, bo 54,6% publikacji, było upolitycznionych w „W Bielsku-

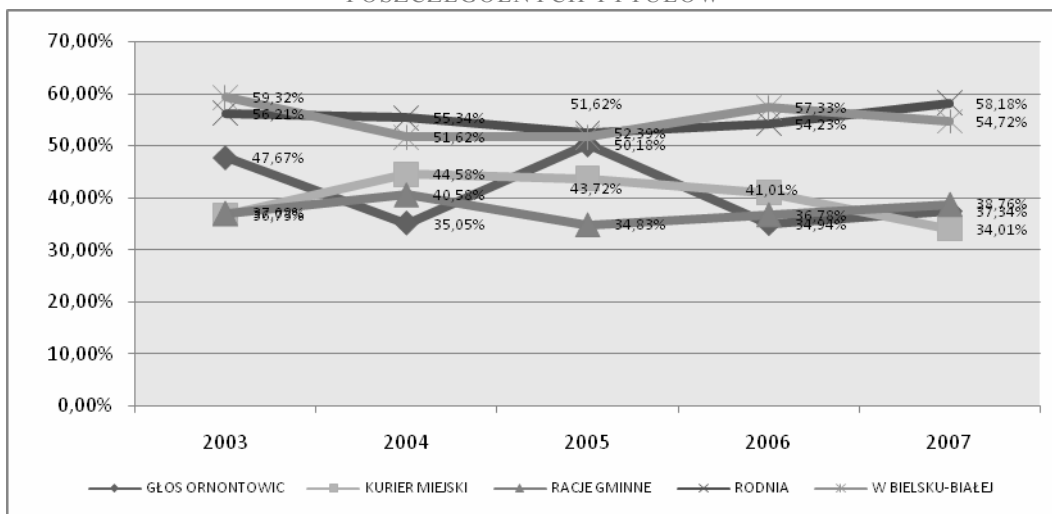
Białej”. Najniższy średni poziom upolitycznienia zaobserwowano w „Racjach Gminnych” – 37,64%.

WYKRES 185 PRASA SAMORZĄDOWA – UPOLITYCZNIE NIE POSZCZEGÓLNYCH TYTUŁÓW



Poziom upolitycznienia publikacji lokalnych zmieniał się w badanych tytułach z biegiem czasu, jednak najwyższy był w „Rodni” i w „W Bielsku-Białej”, choć w poszczególnych latach nie zawsze „Rodnia” była najbardziej upolityczniona – w 2006 roku na prowadzenie wysunął się magazyn samorządowy z Bielska-Białej. Największe wahania poziomu upolitycznienia publikacji wystąpiły w „Głosie Ornontowic”, w roku 2005 pismo to zbliżyło się w poziomie upolitycznienia do wspomnianych liderów z Bielska-Białej i Bierunia, przekraczając 50% poziom. Do granicy tej nie zbliżyły się nigdy „Racje Gminne” i „Kurier Miejski”, których upolitycznienie utrzymywało się na w miarę stałym poziomie, choć możemy stwierdzić nieznaczną tendencję do wzrostu tego wskaźnika w przypadku „Racji Gminnych” i spadku w „Kurierze Miejskim”.

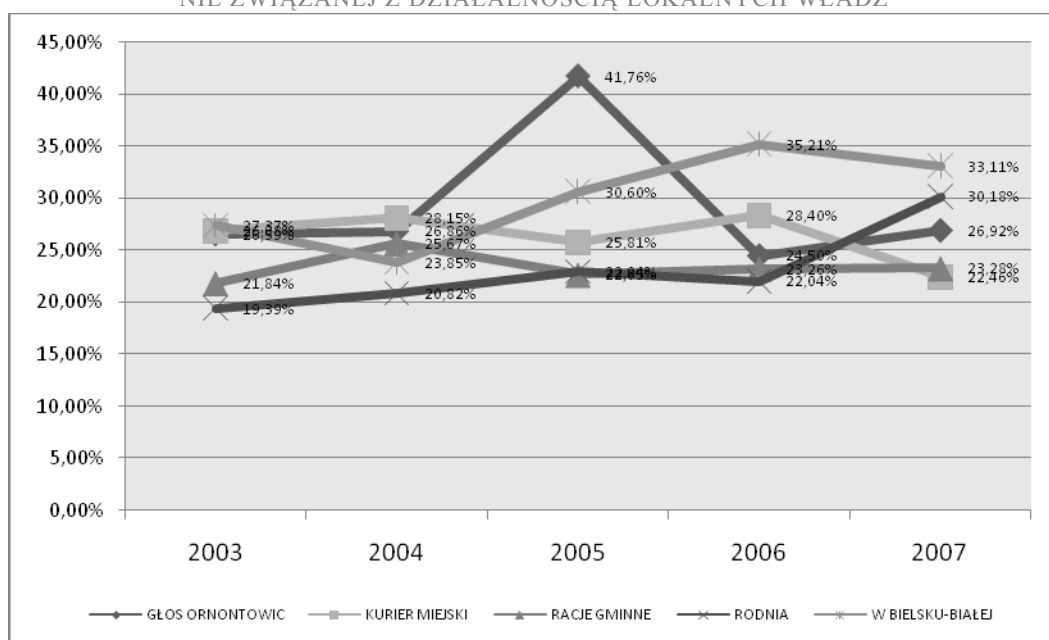
WYKRES 186 PRASA SAMORZĄDOWA – DYNAMIKA UPOLITYCZNIE NIE POSZCZEGÓLNYCH TYTUŁÓW



Największym upolitycznieniem publikacji nie związanych z działalnością władz lokalnych charakteryzował się magazyn „W Bielsku-Białej”. „Rodnia”,

która była upolityczniona najbardziej, materiały polityczne o tematyce politycznie neutralnej przedstawiała raczej w niepolitycznym kontekście. Stosunkowo dużym średnim upolitycznieniem neutralnej tematyki charakteryzował się „Kurier Miejski”.

WYKRES 187 PRASA SAMORZĄDOWA – DYNAMIKA UPOLITYCZNIEŃ TEMATYKI NIE ZWIĄZANEJ Z DZIAŁALNOŚCIĄ LOKALNYCH WŁADZ



Poza tematyką związaną z działalnością władz lokalnych, najbardziej upolitycznione okazały się materiały na temat życia społeczno – obyczajowego, komunikacji i spraw miejskich oraz gospodarki, natomiast najrzadziej kontekst polityczny pojawiał się w publikacjach dotyczących historii, religii oraz sportu.

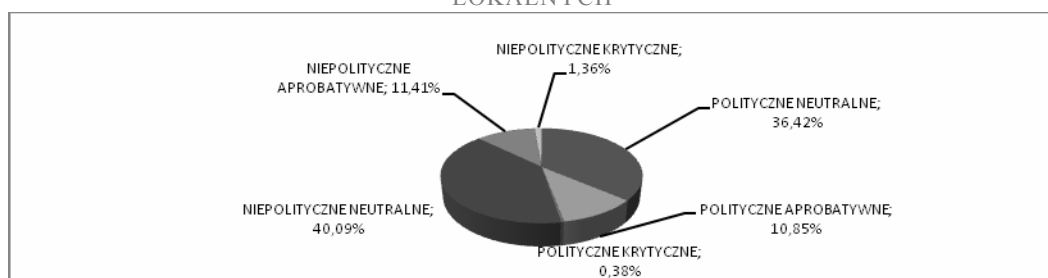
TABELA 12 PODSUMOWANIE – UPOLITYCZNIEŃ POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII TEMATYCZNYCH (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	UPOLITYCZNIONE	NIEUPOLITYCZNIONE
POLITYKA	24,45	35,55
GOSPODARKA	39,04	60,96
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	33,47	66,81
NAUKA I OŚWIATA	26,22	74,14
KULTURA	26,01	74,72
HISTORIA	3,85	96,15
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	53,54	47,63
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	25,57	74,75
OCHRONA ZDROWIA	36,22	64,12
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	55,56	46,19
KOŚCIÓŁ	20,67	79,33

Badane tytuły samorządowe przedstawiają opisywaną na swych łamach rzeczywistość przede wszystkim neutralnie – 76,5% wszystkich publikacji o tematyce lokalnej miało wydźwięk neutralny. Aprobacyjny wydźwięk był

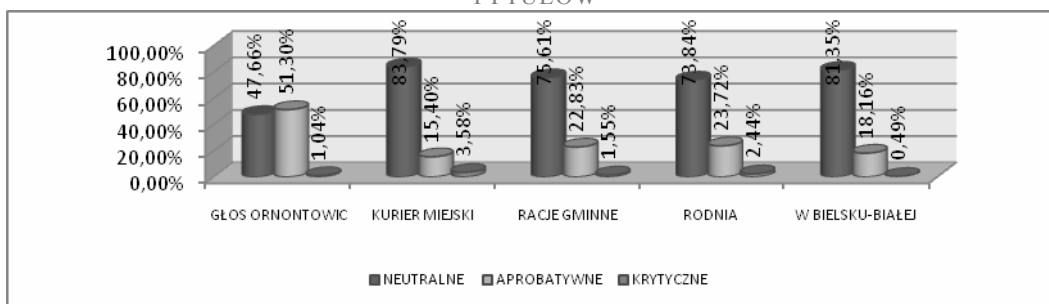
właściwy dla 22,26% materiałów a krytyczny zaledwie dla 1,74%. Proporcje wydźwięku dla materiałów upolitycznionych i nieupolitycznionych były zachowane, jeżeli chodzi o wydźwięk neutralny i aprobatywny, natomiast więcej publikacji krytycznych pojawiło się w kontekście niepolitycznym, co, przy znikomej ilości materiałów tego typu, nie ma większego znaczenia.

WYKRES 188 PRASA SAMORZĄDOWA – ŚREDNI WYDŹWIĘK PUBLIKACJI LOKALNYCH



Neutralne przedstawianie rzeczywistości jest charakterystyczne w różnym stopniu dla badanych tytułów prasy samorządowej. Najwięcej publikacji neutralnych było średnio w „Kurierze Miejskim”, najmniej w „Głosie Ornontowic”. „Głos Ornontowic” był pismem, w którym średnio przeważały materiały o aprobatywnym wydźwięku. Wydźwięk krytyczny, tak rzadki dla badanej grupy tytułów, najczęściej występował w „Kurierze Miejskim” a najrzadziej w „W Bielsku-Białej”. „Kurier Miejski” okazał się więc najbardziej zdystansowanym w swoich publikacjach do rzeczywistości tytułem, najbardziej wyidealizowany obraz świata przedstawiał „Głos Ornontowic”.

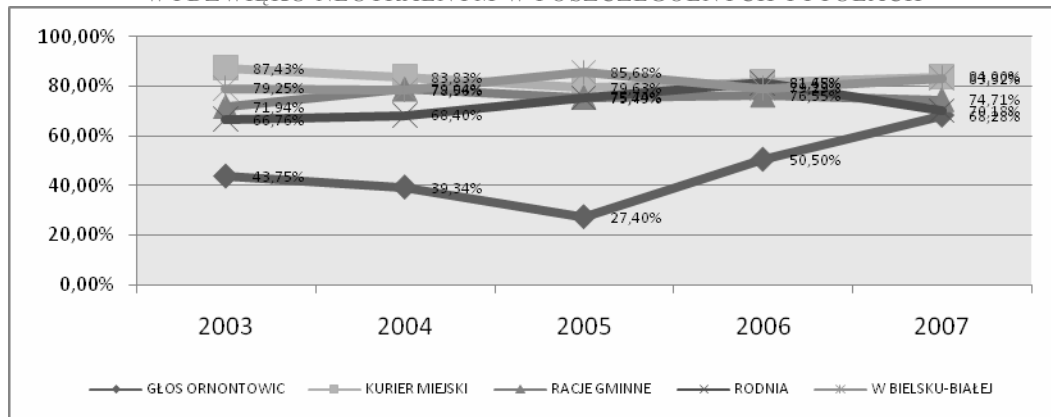
WYKRES 189 PRASA SAMORZĄDOWA – ŚREDNI WYDŹWIĘK POSZCZEGÓLNYCH TYTUŁÓW



W poszczególnych latach badane tytuły wydają się dążyć do neutralnego przedstawiania rzeczywistości, czyli do jak największej zawartości publikacji o neutralnym wydźwięku. Szczególnie dotyczy to „Głosu Ornontowic”, dla którego poziom ten w pierwszych latach był najniższy a od roku 2005 systematycznie rośnie. Odsetek materiałów neutralnych we wszystkich badanych pismach w roku

2007 jest zbliżony, choć wcześniej wykazywały one tendencję do bardziej zróżnicowanych wydźwięków.

WYKRES 190 PRASA SAMORZĄDOWA – DYNAMIKA ZAWARTOŚCI MATERIAŁÓW O WYDŹWIĘKU NEUTRALNYM W POSZCZEGÓLNYCH TYTUŁACH



Strona | 265

Wydźwięk neutralny w badanych tytułach jest najbardziej charakterystyczny dla tematyki politycznej, historycznej i religijnej. W pozytywnym kontekście pisano najczęściej o gospodarce, życiu społeczno – obyczajowym i o działalności władz powiatowych, natomiast w krytycznym – o komunikacji i sprawach miejskich, życiu społecznym i obyczajowym oraz o administracji publicznej.

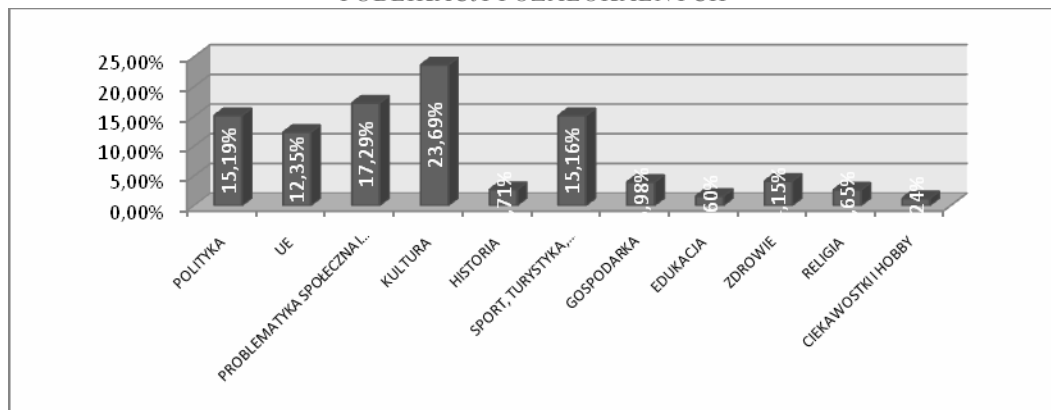
TABELA 13 PODSUMOWANIE – WYDŹWIĘK POSZCZEGÓLNYCH KATEGORII TEMATYCZNYCH (DANE W PROC.)

KATEGORIA TEMATYCZNA	NEUTRALN E	APROBATYWN E	KRYTYCZN E
WŁADZE POWIATOWE	56,47	43,53	0,00
WŁADZE GMINNE	97,55	2,45	0,00
ADMINISTRACJA PUBLICZNA	75,28	23,32	1,39
PLACÓWKI KULTURALNE	84,42	15,13	0,44
POLITYKA	100,00	0,00	0,00
GOSPODARKA	72,50	27,50	0,00
ORGANIZACJE SPOŁECZNE	78,94	20,71	0,35
NAUKA I OŚWIATA	78,15	21,67	0,18
KULTURA	80,11	19,89	0,00
HISTORIA	100,00	0,00	0,00
ŻYCIE SPOŁECZNO OBYCZAJOWE	69,96	28,31	1,73
SPORT, TURYSTYKA, KRAJOZNAWSTWO	80,13	19,22	0,65
OCHRONA ZDROWIA	74,60	25,07	0,34
KOMUNIKACJA I SPRAWY KOMUNALNE	72,27	25,93	1,79
KOŚCIÓŁ	94,04	5,96	0,00

W stosunkowo rzadko występujących publikacjach pozalokalnych dominowała w badanych pismach tematyka kulturalna (prawie 24%), dotycząca

kwestii społecznych i socjalnych (ponad 17%) oraz polityczna i sportowa (obie kategorie zajęły po ponad 15%).

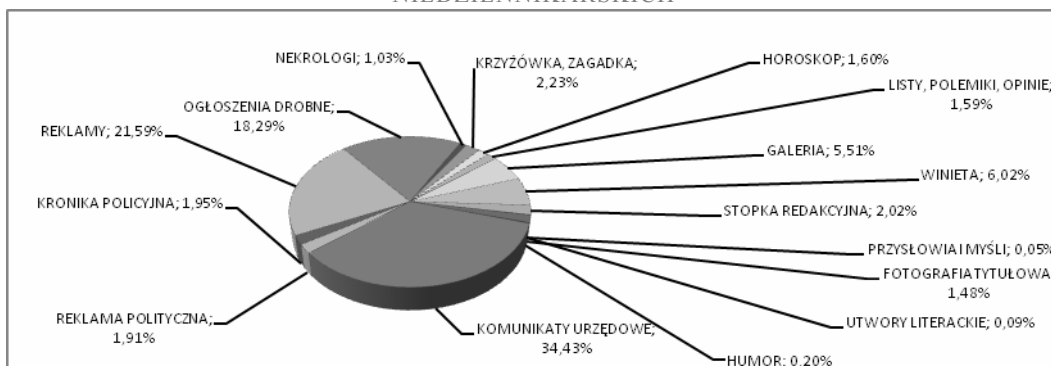
WYKRES 191 PRASA SAMORZĄDOWA – ŚREDNIA ZAWARTOŚĆ TEMATYCZNA PUBLIKACJI POZALOKALNYCH



Strona | 266

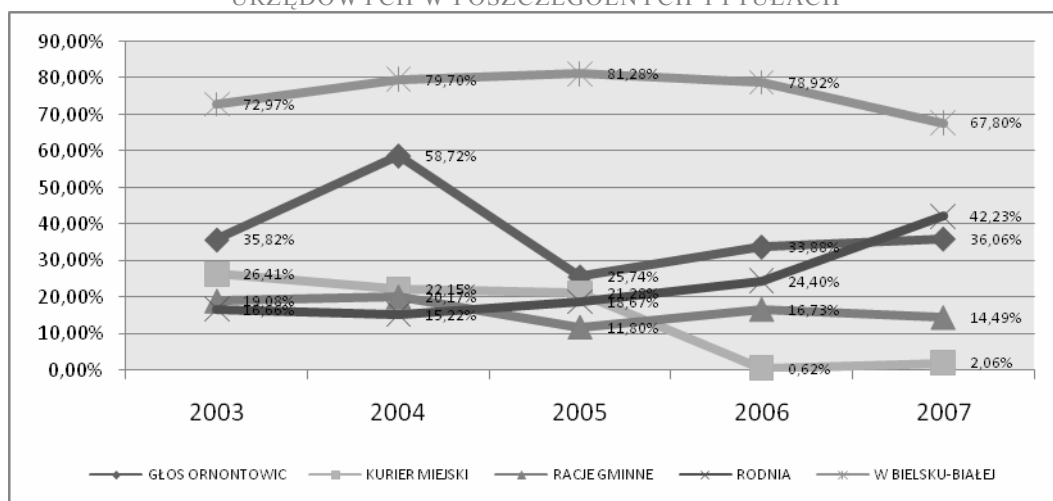
Materiały dziennikarskie zdominowane były przede wszystkim przez komunikaty urzędowe – zajęły one średnio ponad 34% tej kategorii. Ponad 21% powierzchni materiałów niedziennikarskich poświęcono na reklamę i ponad 18% na ogłoszenia. Na reklamę polityczną przeznaczono niecałe 2%.

WYKRES 192 PRASA SAMORZĄDOWA – ŚREDNIA ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH



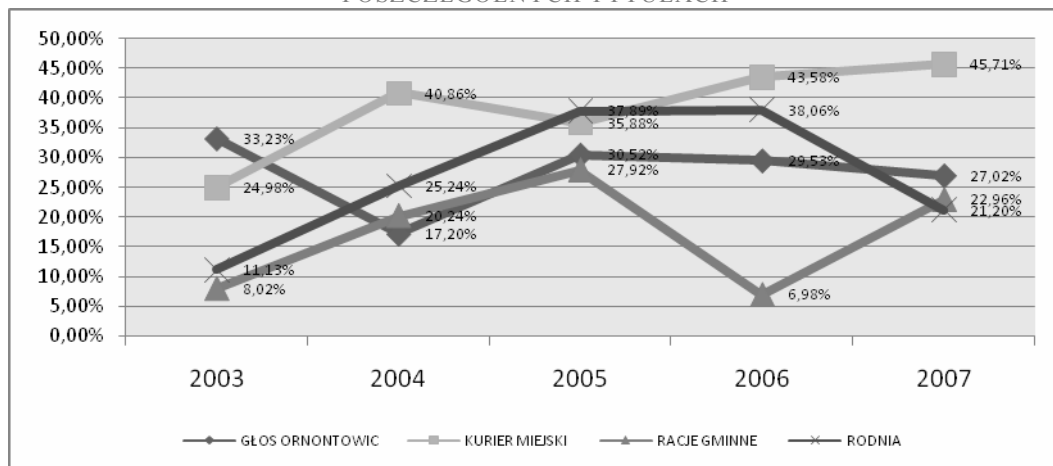
Szczególnie interesująca kategoria komunikatów urzędowych występowała w różnym stopniu w badanych tytułach. Zdecydowanie największa ich ilość i na w miarę stałym poziomie występowała w „W Bielsku-Białej”. W „Rodni” zaobserwowano tendencję do zwiększania ich powierzchni, natomiast w pozostałych tytułach – do zmniejszania (szczególnie w przypadku „Kuriera Miejskiego”).

WYKRES 193 PRASA SAMORZĄDOWA – DYNAMIKA ZAWARTOŚCI KOMUNIKATÓW URZĘDOWYCH W POSZCZEGÓLNYCH TYTUŁACH



Reklamy nie występowały w ogóle w „W Bielsku-Białej”, w pozostałych pismach pojawiały się w różnej ilości. Zdecydowanie najwięcej, z tendencją do stałego wzrostu, było ich w „Kurierze Miejskim”. W miarę stały poziom (z widocznym spadkiem w 2004 roku) był poziom reklamy w „Głosie Ornontowic”, pozostałe tytuły charakteryzują się labilnością w tej kwestii.

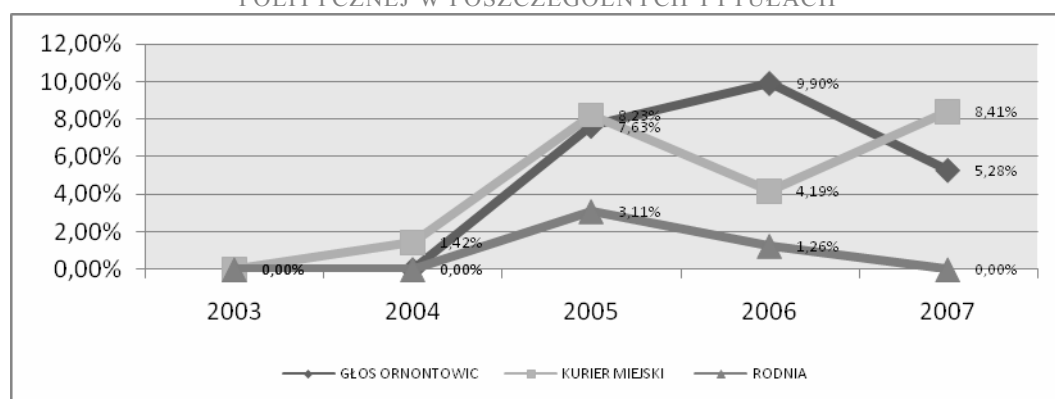
WYKRES 194 PRASA SAMORZĄDOWA – DYNAMIKA ZAWARTOŚCI REKLAMY W POSZCZEGÓLNYCH TYTUŁACH



Reklama polityczna wystąpiła tylko w trzech z pięciu badanych tytułów. W „Głosie Ornontowic” wystąpiła dopiero od roku 2004. Największą jej ilość zamieszczono w roku 2006, więc w związku z wyborami samorządowymi. Lata 2005 i 2007 charakteryzowały się niższym poziomem reklamy politycznej, co świadczy o mniejszym zainteresowaniu elit politycznych reklamowaniem się w piśmie przed wyborami parlamentarnymi. W „Kurierze Miejskim” wystąpiła tendencja odwrotna – najwięcej reklam politycznych zamieszczono przed

wyborami parlamentarnymi właśnie, o połowę mniej zaś przed samorządowymi. Natomiast w „Rodni” najwięcej przedwyborczej reklamy zamieszczono w roku 2005, później jej ilość malała zarówno w roku 2006, jak i 2007, co nie pozwala na sformułowanie wniosków o preferowanych przez pismo rodzajach kampanii wyborczych, a raczej o zniechęceniu lokalnych ugrupowań politycznych do reklamowania się w piśmie w ogóle.

WYKRES 195 PRASA SAMORZĄDOWA – DYNAMIKA ZAWARTOŚCI REKLAMY POLITYCZNEJ W POSZCZEGÓLNYCH TYTUŁACH



Trudno wyciągnąć wnioski na temat ogólnego stanu badanych tytułów w kontekście ich relacji z polityką. O ile bowiem tematyka działalności władz była dominująca w średniej ich zawartości, to już średni poziom upolitycznienia nie przekroczył 50%. Za przyjęciem tezy o wysokim poziomie podporządkowania tej prasy interesom lokalnych władz może świadczyć fakt, że oprócz wysokiej zawartości tematyki działalności lokalnych władz i instytucji im podległych, średnio najczęściej występującą kategorią w materiałach niedziennikarskich były komunikaty urzędowe.

Badane tytuły prasy samorządowej mogą ze względu na swoją zawartość spełniać określone funkcje dla społeczności lokalnych, jednak nie są to wszystkie funkcje, jakie spełnia prasa lokalna w ogóle. Ze względu na swoje upolitycznienie, jak również przez wzgląd na zdecydowane preferowanie pewnych tematów a zaniedbywanie innych, nie są to wszystkie funkcje, jakie spełnia prasa lokalna w ogóle. Poszczególne funkcje oraz możliwości ich spełniania w analizowanych periodykach zostaną omówione w zakończeniu.

RODZDZIAŁ VI – SPOŁECZNY ODBIÓR PRASY SAMORZĄDOWEJ WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

BADANIA SONDAŻOWE JAKO METODA BADAŃ SPOŁECZNYCH

Badania sondażowe są jedną z najczęściej wykorzystywanych metod w badaniach nad komunikowaniem i mediami. Oczywiście, jak każda inna metoda, mają one swoje wady i zalety. Strona | 270

Do niewątpliwych zalet badań sondażowych należy fakt, że można je stosować do badania realnych sytuacji komunikacyjnych tam, gdzie one faktycznie zachodzą, czego nie można powiedzieć o eksperymentalnych badaniach laboratoryjnych. Sondaże są przy tym metodą relatywnie niedrogą w kontekście ilości danych możliwych do zebrania za ich pomocą. Pozwalają tym samym na zebranie dużej liczby danych od dużej ilości osób, co umożliwia przestudiowanie wielu zmiennych. Badania sondażowe mogą być przeprowadzane niemal wszędzie a dane pomocne w ich analizowaniu są dostępne ze względu na fakt popularności tej metody i powtarzalności niektórych problemów badawczych.

Badania sondażowe mają też swoje ograniczenia. Metoda ta nie pozwala na manipulowanie zmiennymi niezależnymi (co umożliwia eksperyment), w związku z czym możemy wykazać co najwyżej istnienie związku pomiędzy poszczególnymi zmiennymi, jednak niemożliwe jest już określenie kierunku zależności, to znaczy która zmienna warunkuje inną. Samo przygotowanie kwestionariusza do badań jest zadaniem problematycznym o tyle, że źle sformułowane pytania mogą znacząco wpłynąć na wyniki. Podobnie jest z doбором próby, który wielu badaczom nastręcza problemów. Niektóre rodzaje badań sondażowych są też trudne do przeprowadzenia – w przypadku sondażu telefonicznego zadanie utrudniają automatyczne sekretarki czy blokowanie rozmów. W bezpośrednich wywiadach zgadza się wziąć udział coraz mniejsza ilość osób ze względu na malejące zaufanie do ankierów, spowodowane rosnącą liczbą akwizytorów, próbujących sprzedać towar pod pozorem badania konsumenckiego itd. Ankieta pocztowa wreszcie również nie przynosi oczekiwanych rezultatów ze względu na niewielką ilość zwrotów²⁹⁰.

²⁹⁰ Wimmer R., Dominick J.: *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008, s. 251 – 252.

Każdy kwestionariusz powinien składać się z trzech podstawowych części. Pierwsza z nich, formalno – ewidencyjna, która zawiera nazwę placówki prowadzącej badania, tytuł badania oraz wprowadzenie (preambułę). Wprowadzenie jest niezwykle istotnym elementem takiego kwestionariusza, ma zazwyczaj formę listu – odezwy do respondenta, a powinno zawierać następujące elementy:

- cel badań;
- zapewnienie o anonimowości;
- uzasadnienie wyboru respondenta do badań;
- ewentualną instrukcję dotyczącą wypełniania kwestionariusza;
- apel o szczerłość;
- ewentualne określenie sposobu zwrotu kwestionariusza;
- podziękowanie za udział w badaniu.

Część formalno ewidencyjna powinna również zawierać miejsce na zakodowanie numeru kwestionariusza, nazwiska ankietera, ewentualnie miejsca i czasu przeprowadzenia badania.

Drugą część kwestionariusza stanowią pytania. Przed przystąpieniem do ich właściwego konstruowania badacz powinien spisać pytania, na które faktycznie chciałby poznać odpowiedź a dopiero potem przekształcić je w konkretne pytania kwestionariusza. Pytania kwestionariusza możemy podzielić ze względu na ich cel (pytania wprowadzające, o opinie, o fakty, o wiedzę, o źródła informacji, o motywy, o sugestie, pytania sondujące i uzupełniające); ze względu na formę (pytania otwarte i zamknięte). W kwestionariuszach najczęściej stosowane są, głównie ze względu na łatwość i jednoznaczność kodowania, pytania zamknięte, które mogą przyjąć postać:

- alternatywy;
- wieloczołowej alternatywy;
- szeregowanej (rangowanej) alternatywy;

- skali²⁹¹.

Nie ma zgody wśród badaczy co do tego, czy należy w kwestionariuszu stosować pytania otwarte, które są, z jednej strony szansą dla respondenta na wypowiedzenie się niezależne od odpowiedzi proponowanych przez osobę/instytucję badającą, stanowią więc źródło wielu niejednokrotnie nieoczekiwanych danych, z drugiej zaś, są trudne do sklasyfikowania i zakodowania, wielu respondentów niechętnie na nie również odpowiada, ponieważ wymagają one ich dodatkowej aktywności. Na pewno, warto pytania otwarte zamieścić w kwestionariuszu do badania sondażowego, co pozwoli na późniejsze doprecyzowanie kafeterii odpowiedzi w pytaniach zamkniętych.

Strona | 272

Zakończenie kwestionariusza stanowią dane metryczkowe respondentów i podziękowanie za wzięcie udziału w badaniach. Należy pamiętać, aby pytać respondentów wyłącznie o te dane, które są istotne z perspektywy postawionych pytań badawczych, ponieważ zbyt dokładne wypytywanie respondentów o ich dane osobiste może skutkować odmową udzielenia odpowiedzi.

Konstruując kwestionariusz, należy zwrócić uwagę na kolejność zadawania pytań, ponieważ niektóre z nich mogą sugerować odpowiedź na inne, w związku z czym zalecana jest metoda od ogółu do szczegółu. Niezwykle istotne jest również, aby forma pytania nie sugerowała właściwej czy bardziej oczekiwanej przez badacza odpowiedzi. Konieczny jest też właściwy układ graficzny kwestionariusza – umożliwiający dostrzeżenie wszystkich alternatywnych odpowiedzi i udzielenie pełnych odpowiedzi na pytania otwarte. Jest to często problematyczne ze względu na fakt, że przejrzyste ułożenie kwestionariusza zazwyczaj skutkuje zwiększeniem jego objętości, co, z jednej strony, wpływa na podniesienie kosztów jego powielenia a z drugiej, może przyczynić się do odmowy wzięcia udziału w badaniu (perspektywa wypełnienia 4 stron zamiast 2 może zniechęcić respondenta).

Przed przystąpieniem do właściwych badań konieczne jest pretestowanie narzędzia. Może się ono odbyć za pomocą grupy fokusowej, badania pilotażowego bądź oceny narzędzia przez sędziów kompetentnych. Ma to na celu

²⁹¹ Por. Gruszczyński L.: *Kwestionariusze w socjologii. Budowa narzędzi do badań surveyowych*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2003, s. 23-61.

nie tylko zweryfikowanie poszczególnych pytań badawczych (ich zrozumiałości, pełności kafeterii odpowiedzi, kolejności), ale również układu graficznego (sprawdzenie, czy pozostawiono właściwą ilość miejsca na odpowiedzi, czy narzędzie jest na tyle przejrzyste, że żadne pytania nie zostają pominięte)²⁹².

Po wypracowaniu ostatecznej wersji narzędzia przystępujemy do zbierania danych sondażowych. Istnieje wiele metod badań kwestionariuszowych, możemy je zasadniczo podzielić na dwie grupy:

- ankietą – respondent samodzielnie wypełnia kwestionariusz bez udziału badacza, może się to realizować drogą ankiety pocztowej, samodzielnego wypełniania w grupie nadzorowanej przez badacza (ankieta audytoryjna) czy wreszcie ankiety internetowej;
- wywiad skategoryzowany – pytania zadaje respondentowi odpowiednio przygotowana osoba, która również notuje odpowiedzi, co można osiągnąć na przykład drogą indywidualnych wywiadów bezpośrednich lub wywiadów telefonicznych.

Metodę zbierania danych należy wziąć pod uwagę już na etapie konstruowania kwestionariusza, ponieważ właśnie od tej metody zależy optymalna długość badania, czyli *de facto* ilość pytań sondażowych. Z doświadczeń badaczy wielu krajów wynika, że na wywiad indywidualny czy też samodzielnie wypełnianą ankietę respondenci są skłonni poświęcić nie więcej niż 60 minut, na wywiad telefoniczny – 20 minut, natomiast na wywiad np. w centrum handlowym – jedynie 10 minut²⁹³. Stąd konieczność zweryfikowania faktycznego czasu wypełniania kwestionariusza przed przystąpieniem do właściwego gromadzenia danych.

Warunkiem koniecznym dla zebrania właściwych danych w badaniu sondażowym jest odpowiednie skonstruowanie próby badawczej. Będzie ona zdeterminowana przez cel badania, jego przewidywane koszty i ich stosunek do wartości oczekiwanych wyników, ograniczenia czasowe oraz dopuszczalną wartość błędu²⁹⁴. Idealem byłoby zbadanie całej interesującej nas populacji,

²⁹² Wimmer R., Dominick J.: *Mass media...*, s. 271 – 272.

²⁹³ Ibidem, s. 271.

²⁹⁴ Ibidem, s. 126.

jednak w większości przypadków okazuje się to niemożliwe, głównie z przyczyn technicznych i finansowych. W badaniach społecznych wykorzystuje się:

- próby incydentalne, wśród których mamy do czynienia z próbkami dostępnymi, ochotniczymi, celowymi, kwotowymi i próbkami przypadkowego doboru;
- próby proporcjonalne, wśród których najczęściej stosowanymi są próbki losowe, przy czym mamy do czynienia z losowaniem prostym bądź systematycznym, polegającym na konsekwentnym dobieraniu warstwowym (proporcjonalnym lub nieproporcjonalnym), można tu też zastosować losowanie wieloetapowe²⁹⁵.

Strona | 274

Niezwykle istotną kwestią jest wielkość samej próby, która pozwala na wiarygodne wnioskowanie o badanym fragmencie rzeczywistości społecznej. Najczęściej jej wielkość jest determinowana nie tylko tematyką badań, ale również dostępnymi środkami finansowymi, przewidywaną metodą badawczą, czasem przeznaczonym na przeprowadzenie badania itd., co prowadzi do wielu błędów badawczych i nieuzasadnionego wnioskowania.

²⁹⁵ Ibidem, s. 126 – 139.

BADANIA NAD SPOŁECZNYM ODBIOREM PRASY SAMORZĄDOWEJ – PROCEDURA BADAWCZA

Strona | 275

Przystępując do badania społecznego odbioru prasy samorządowej w województwie śląskim przyjęto założenie, właściwe dla przedstawicieli teorii użytkowania i korzyści, w związku z czym sondażowi przyświecało przekonanie o tym, że:

- Publiczność jest aktywna i w zależności od indywidualnego zapotrzebowania dobiera odpowiednie dla siebie nie tylko źródła informacji, ale również ich poszczególne przekazy;
- Audytorium ma pełną dowolność w wyborze środków informacji, z jakich korzysta, jak również w sposobie ich wykorzystania;
- Media nie są jedynym źródłem zaspokajania potrzeb informacyjnych;
- Ludzie są świadomi w wyborze środków informacji, w związku z czym korzystanie z mediów ma charakter celowy;
- Nie ma obiektywnie lepszych i gorszych źródeł informacji, dlatego nie należy oceniać ich wartości kulturowej²⁹⁶.

W nawiązaniu do przyjętego paradygmatu, sondaż dotyczył nie tylko samego stosunku respondentów do poszczególnych tytułów prasy samorządowej, ale również preferowanych przez nich źródeł informacji lokalnej, ich rangi w systemie komunikowania, jak również treści, które są dla osób badanych istotne z perspektywy ich osobistego zainteresowania lokalnym życiem społecznym i politycznym.

PYTANIA KWESTIONARIUSZA

Pierwotna wersja kwestionariusza do badania społecznego odbioru prasy samorządowej w województwie śląskim została sporządzona w marcu 2008 roku,

²⁹⁶ Zob. J. Fiske: *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 2008, s. 194 oraz B. Kołtun: *Teoria „użytkowania i korzyści” – fazy rozwoju, podstawowe założenia*, [w:] *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, B. Dobek – Ostrowska (red.), Wrocław 2001, s. 60 – 61.

po czym została ona poddana weryfikacji przez 5 sędziów kompetentnych (prasoznawca, dziennikarz, socjolog, psycholog, politolog). Następnie przeprowadzono badania pilotażowe na 20 osobach, co pomogło w skonstruowaniu ostatecznej wersji narzędzia. Zawiera ono 24 pytania, wśród których znajdują się zarówno pytania otwarte, jak i zamknięte.

Kwestionariusz (pełna wersja w załączniku) otwiera preambuła, zawierająca cel badania, apel o szczerłość, zapewnienie o anonimowości i podziękowanie za udział w badaniu.

Narzędzie składa się z dwóch części – pierwsza dotyczy zainteresowań i źródeł informacji lokalnej, druga – przekonań na temat konkretnego pisma samorządowego. Pierwsze pytania dotyczą długości zamieszkania respondenta w określonej miejscowości, związku z miejscowością, zainteresowania i stopnia poinformowania na temat lokalnego życia społecznego. Kolejne pytania odnoszą się do preferowanego źródła informacji lokalnej.

Następne pytania dotyczą już zainteresowania życiem politycznym miejscowości, udziału w tym życiu, orientacji w bieżących wydarzeniach politycznych, poparcia dla aktualnych władz lokalnych oraz preferowanych źródeł informacji na temat działalności lokalnych władz.

Część dotyczącą tytułów prasy samorządowej otwierają pytania o czytelnictwo tej prasy, powody i długość czytelnictwa. Następnie znajdują się pytania o preferowaną tematykę w prasie samorządowej, uwagi respondenta dotyczące treści tej prasy oraz zaufanie do informacji w niej zamieszczanych. Kolejne pytania dotyczą upolitycznienia prasy, sposobu relacjonowania rzeczywistości na jej łamach oraz przekonania respondenta na temat potrzeby funkcjonowania poszczególnych tytułów na lokalnym rynku prasowo-wydawniczym.

Kwestionariusz zamykają pytania o dane respondentów. Uznano, że zmiennymi koniecznymi dla właściwej analizy wyników są: wiek, płeć oraz wykształcenie badanych.

SPOSÓB PRZEPROWADZENIA BADANIA I PRÓBA BADAWCZA

Badania nad społecznym odbiorem prasy samorządowej w wybranych miejscowościach województwa śląskiego prowadzono dwutorowo. Początkiem maja 2008 przystąpiono do przeprowadzenia wywiadów skategoryzowanych wśród mieszkańców Bielska-Białej, Bierunia, Ornontowic, Pawłowic i Sosnowca. Próba została skonstruowana w odniesieniu do danych statystycznych, dotyczących struktur badanych populacji według wieku, płci i wykształcenia populacji tych miejscowości, przy czym dane dotyczące wieku i płci zaczerpnięto z rocznika statystycznego za 2007 rok, natomiast najnowsze dane dotyczące wykształcenia dostępne są na podstawie Narodowego Spisu Powszechnego, w związku z czym wykorzystano raporty spisowe (2002 rok). Dla każdej z miejscowości określono taką samą ilość badanych – 100. Wywiady kwestionariuszowe zostały przeprowadzone osobiście bądź z pomocą przeszkolonych w tym celu studentów politologii Uniwersytetu Śląskiego, którzy docierali do osób o określonym wieku, płci i wykształceniu w miejscach swojego zamieszkania²⁹⁷. Studenci wzięli udział w badaniu nieodpłatnie. Badania zakończono we wrześniu 2008 roku, zebrano 503 wypełnione kwestionariusze (po 100 z każdej miejscowości, 103 z Bierunia – nieznaczne zwiększenie ilości respondentów wynikało z trudności w skonstruowaniu próby badawczej reprezentatywnej do populacji miasta). Zastosowanie próby kwotowej jest uzasadnione faktem, że dla porównania wyników badań z poszczególnych miejscowości wskazana jest podobna liczba wyników. Jednocześnie, zdając sobie sprawę nie tylko z różnej wielkości populacji poszczególnych miejscowości, jak też z różnic w nakładach badanych pism, uznano, że dobór kwotowy, zgodny ze strukturą demograficzną populacji zamieszkujących Sosnowiec, Bielsko-Białą, Bieruń, Pawłowice i Ornontowice, będzie dobozem najbardziej właściwym, głównie ze względu na możliwość porównania wyników.

Atmosfera badań wskazywała na dość duże zainteresowanie respondentów tematem – chętnie udzielali oni odpowiedzi na pytania kwestionariusza, wielu z nich wypowiadało się samodzielnie na temat systemu komunikacyjnego w swoich

²⁹⁷ wyjątkiem są badania nad mieszkańcami Bielska-Białej, do którego to miasta autorka niniejszego opracowania pojechała wraz z grupą studentów i pracowników Instytutu Nauk Politycznych i Dziennikarstwa w celu przeprowadzenia wywiadów.

miejsowościach. Świadczy to nie tylko o życzliwości osób badanych, ale też o znaczeniu, jakie ma dla nich komunikacja lokalna. Trzeba tu jednak dodać, że wiele osób początkowo odnosiło się do ankietów z dużym dystansem, dopiero po wielokrotnych zapewnieniach, że badania służą celom naukowym a nie marketingowym, decydowały się one odpowiedzieć na zadawane pytania.

W lipcu 2008 roku rozpoczęto alternatywne badania nad społecznym odbiorem prasy samorządowej w Internecie, gdzie zamieszczono odpowiednik papierowego kwestionariusza, przygotowanego na potrzeby tych badań²⁹⁸. Kwestionariusz był aktywny do końca września 2008. Link do ankiety rozpowszechniono za pośrednictwem forów internetowych miejscowości, łącznie z forami dostępnymi na portalu *nasza-klasa.pl*. W ten sposób uzyskano kolejne 644 wypełnione kwestionariusze: 224 z Bielska-Białej, 53 z Bierunia, 39 z Ornontowic, 77 z Pawłowic i 243 z Sosnowca. Skład próby, jaka wzięła udział w badaniu internetowym, nie jest reprezentatywny dla struktury mieszkańców poszczególnych miejscowości, a odpowiada raczej strukturze populacji użytkowników Internetu, a właściwie internetowych forów społecznościowych, dlatego wyniki tego badania są analizowane osobno i stanowią jedynie uzupełnienie właściwych badań nad społecznym odbiorem prasy samorządowej.

ANALIZA WYNIKÓW

Dane pochodzące z kwestionariuszy „papierowych” wprowadzono początkowo do arkusza kalkulacyjnego MS Excel (MS Office wersja 2007, licencja prywatna), po czym zostały one wyeksportowane do programu SPSS (wersja 12.0, licencja Uniwersytet Śląski), w którym dokonano ich analizy. Dane, pochodzące z ankiet internetowych przeniesiono bezpośrednio do programu SPSS

²⁹⁸ Ankiety zamieszczono na portalu *ankietka.pl*, gdzie nadal są widoczne wyniki poszczególnych badań. Adresy kwestionariuszy: Sosnowiec - <http://www.ankietka.pl/survey/show/id/14111/ankieta-odbioru-prasy-sosnowiec.html>; Pawłowice - <http://www.ankietka.pl/survey/show/id/14108/ankieta-odbioru-prasy-pawlowice.html>; Bieruń - <http://www.ankietka.pl/survey/show/id/14105/ankieta-odbioru-prasy-bierun.html>; Bielsko-Biała - <http://www.ankietka.pl/survey/show/id/14101/ankieta-odbioru-prasy-bielsko-biala.html>; Ornontowice - <http://www.ankietka.pl/survey/show/id/14006/ankieta-odbioru-spoiecznego-prasy-samorzadowej.html>.

(strona internetowa ankietka.pl nie daje możliwości pełnej analizy danych). W opracowaniu wyników dokonano analizy częstości występowania poszczególnych odpowiedzi oraz analizy zależności odpowiedzi na poszczególne pytania (tabele krzyżowe).

WYNIKI BADAŃ SPOŁECZNEGO ODBIORU MAGAZYNU SAMORZĄDOWEGO „W BIELSKU-BIAŁEJ”

Strona | 280

SPOŁECZNY ODBIÓR „W BIELSKU-BIAŁEJ” – WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

W badaniach społecznego odbioru Magazynu Samorządowego „W Bielsku-Białej” wzięło udział 100 respondentów, w tym 51 kobiet i 49 mężczyzn. Struktura wiekowa próby badawczej przedstawiała się następująco:

- 13-14 lat – 5 osób;
- 15-19 lat – 5 osób;
- 20-24 lata – 12 osób;
- 25-29 lat – 11 osób;
- 30-34 lata – 8 osób;
- 35-39 lat – 7 osób;
- 40-44 lata – 8 osób;
- 45-49 lat – 10 osób;
- 50-59 lat – 15 osób;
- 60-64 lata – 6 osób;
- 65-69 lat – 5 osób;
- 70-79 lat – 7 osób;
- 80-89 lat – 1 osoba.

Wśród badanej grupy 25 osób legitymowało się wykształceniem podstawowym, 29 zasadniczym zawodowym, 32 średnim i 14 wyższym. Struktura próby była reprezentatywna do populacji miasta Bielska-Białej.

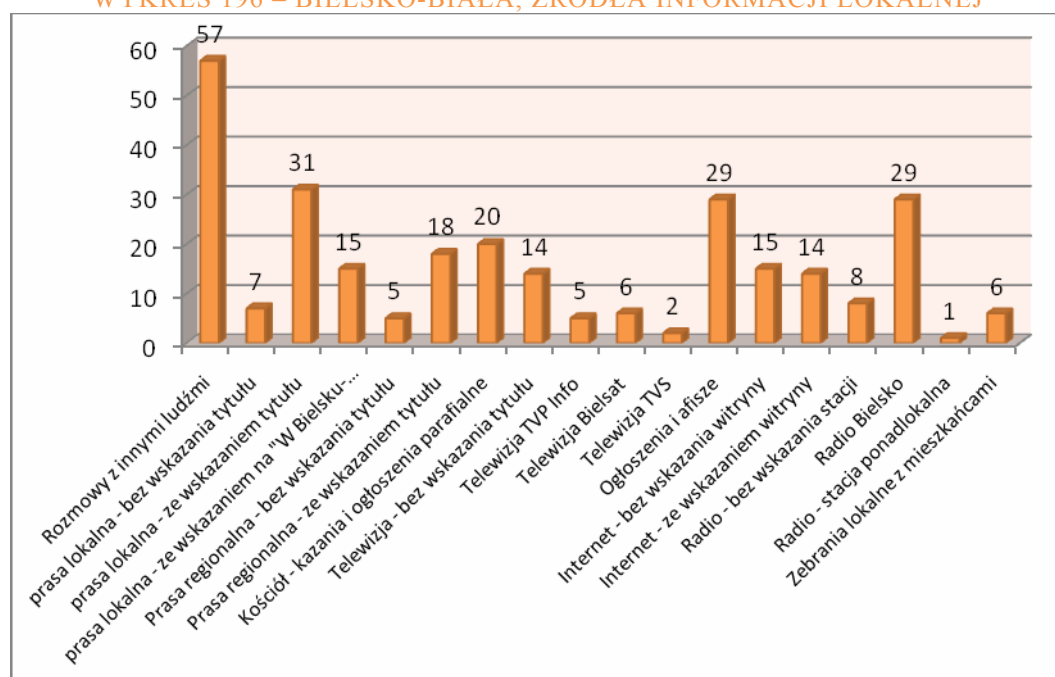
Osoby badane deklarowały zamieszkanie w mieście od urodzenia w 63 przypadkach, od 20 lat lub dłużej – w 25 przypadkach, od 10 lat – 9 osób i od roku – 3 osoby. Większość (55 osób) czuje się bardzo mocno związana z Bielskiem-Białą, 27 osób mocno, 12 średnio, 3 prawie wcale i 3 wcale. Po 23

osoby zainteresowały bardzo mocne i mocne zainteresowanie sprawami lokalnymi, 36 osób interesuje się średnio wydarzeniami najbliższego otoczenia, 12 prawie wcale a 6 wcale. Jeżeli chodzi o stopień poczucia poinformowania o wydarzeniach lokalnych, to 15 osób czuło się bardzo dobrze poinformowanych, 27 dobrze, 22 średnio, 19 źle i 6 bardzo źle.

Trudno wnioskować, czy długość zamieszkania w mieście wpływa na poczucie związku z nim, ponieważ zupełny brak związku deklarują zarówno osoby mieszkające w Bielsku-Białej od urodzenia, jak i od roku, podobnie jest z odsetkiem osób deklarujących bardzo mocny związek z miastem (tabela 1). Podobnie nieuzasadnione jest wyciąganie takich wniosków na temat związku zainteresowania sprawami lokalnymi z długością życia w mieście (tabela 2), natomiast widoczna jest zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a zainteresowaniem sprawami lokalnymi, ponieważ znacząca większość osób, deklarujących mocny lub bardzo mocny związek z Bielskiem-Białą, deklaruje podobne zainteresowanie sprawami najbliższego otoczenia (tabela 3).

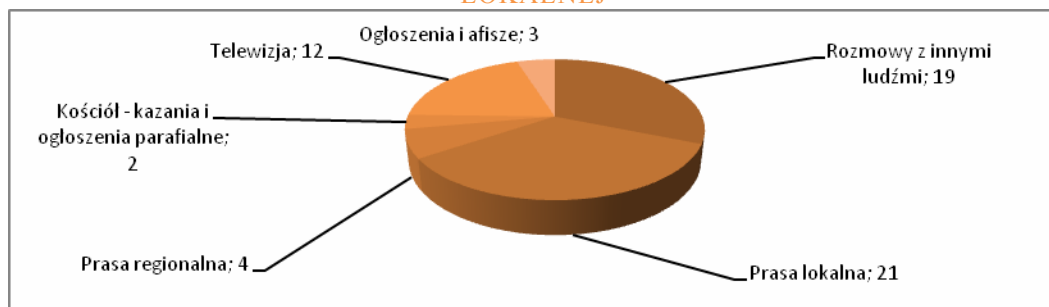
Mieszkańcy Bielska-Białej wśród źródeł informacji lokalnej najczęściej wymieniali rozmowy z innymi ludźmi (57 osób), prasę lokalną (ogółem 53 osoby, w tym 15 osób wymieniło tytuł „W Bielsku-Białej”), radio (38 osób, w tym Radio Bielsko - 29) oraz ogłoszenia i afisze (29 wskazań).

WYKRES 196 – BIELSKO-BIAŁA, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



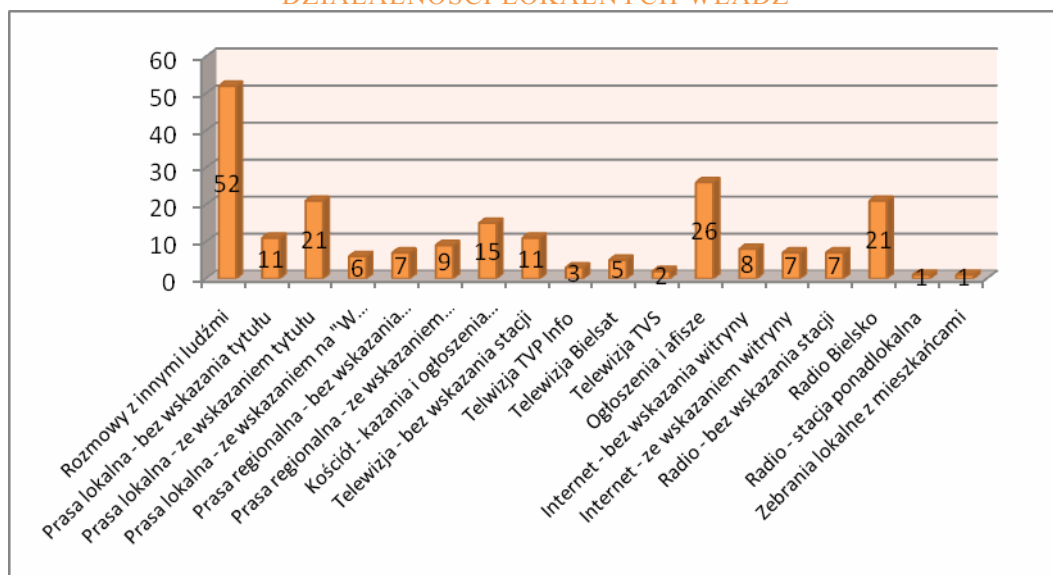
Zapytani o najważniejsze źródło informacji lokalnej, respondenci najczęściej wskazywali na prasę lokalną (21 osób), rozmowy z innymi ludźmi (19 osób) oraz telewizję (12 osób). Trudno stwierdzić jakiegokolwiek zależności między wiekiem respondentów a preferowanym źródłem informacji (tabela 4).

WYKRES 197 – BIELSKO-BIAŁA, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



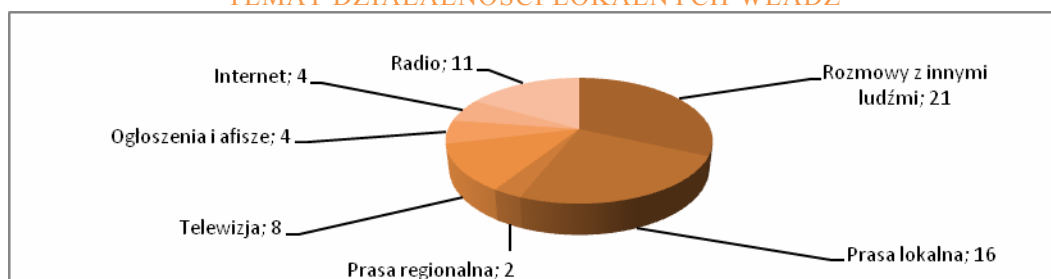
Faktyczne zainteresowanie działalnością władz miejskich zadeklarowało tylko 16 osób (6 interesuje się bardzo mocno, 10 mocno). Średnio zainteresowanych było 27 respondentów, 24 prawie wcale i 33 wcale. Jeżeli chodzi o stopień poinformowania o tej działalności, to 2 osoby czuły się poinformowane bardzo dobrze, 13 dobrze, 33 średnio, 22 źle a 30 bardzo źle. Przekłada się to na znajomość nazwisk najważniejszych osób w Bielsku-Białej – 80 osób jest w stanie wymienić nazwisko prezydenta miasta, 15 przewodniczącego Rady Miejskiej, 46 proboszcza swojej parafii a tylko 9 kierownika Domu Kultury. 43 osoby zadeklarowały, że zawsze biorą udział w wyborach samorządowych, 17 prawie zawsze, 13 rzadko, 7 prawie nigdy i 21 nigdy. Wśród źródeł informacji na temat działalności lokalnych władz najczęściej wymieniano rozmowy z innymi ludźmi (52), prasę lokalną (38, w tym 6 ze wskazaniem „W Bielsku-Białej”), radio (28, w tym 21 Radio Bielsko) oraz ogłoszenia i afisze (26).

WYKRES 198 – BIELSKO-BIAŁA, ŹRÓDŁA INFORMACJI NA TEMAT DZIAŁALNOŚCI LOKALNYCH WŁADZ



Najważniejszym źródłem informacji na temat działalności lokalnych władz okazały się rozmowy z innymi ludźmi (21 odpowiedzi), prasa lokalna (16 odpowiedzi) oraz radio (11 odpowiedzi).

WYKRES 199 – BIELSKO-BIAŁA, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI NA TEMAT DZIAŁALNOŚCI LOKALNYCH WŁADZ



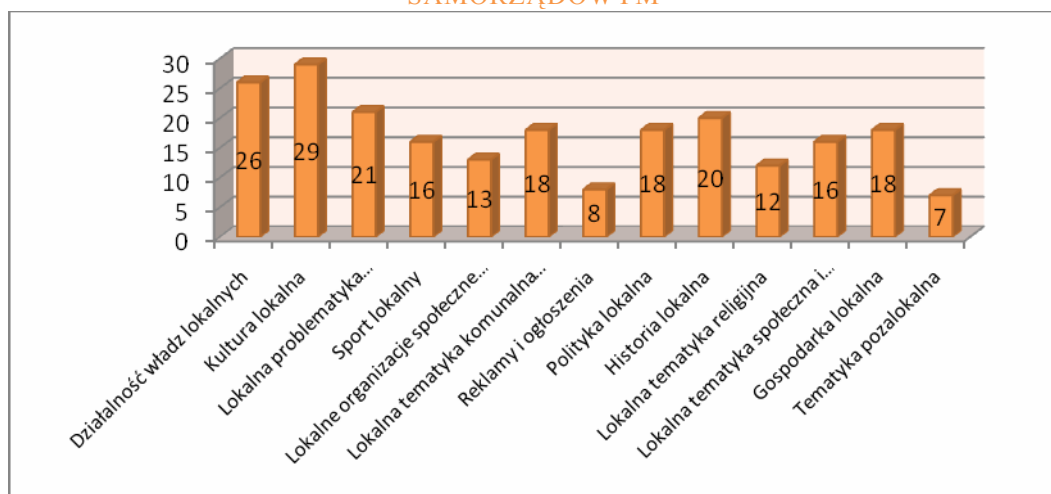
19 spośród 100 ankietowanych mieszkańców Bielska-Białej popiera w zupełności działalność władz lokalnych, 23 popierają większość decyzji, tyle samo – nieliczne decyzje. Zupełnie nie popiera władz 8 osób a 27 nie ma zdania na ten temat, bądź nie chce go wypowiadać. Można wskazać na pewną zależność pomiędzy deklarowanym poparciem dla władz a uczestnictwem w wyborach samorządowych, okazuje się bowiem, że osoby biorące udział w wyborach zawsze lub często bardziej popierają działalność samorządowców niż osoby nie biorące udziału w elekcjach, które bądź nie popierają ich działalności, bądź nie mają na ten temat zdania. Tylko ok. 25% osób deklarujących brak poparcia dla władz lub brak zdania regularnie uczestniczy w wyborach, podczas gdy wśród

osób popierających władze we wszystkich lub większości poczyną jest to ponad połowa respondentów (tabela 5).

Czytelnictwo Magazynu Samorządowego zadeklarowało 38 badanych, z czego regularnie czyta 8 osób, od czasu do czasu 13 a sporadycznie 17. 12 respondentów czyta „W Bielsku-Białej” od powstania, tyle samo osób deklaruje, że nie pamięta, od kiedy ma kontakt z pismem. 6 osób czyta je od 5 lat, 7 od dwóch lat i jedna od roku. Płeć nie jest czynnikiem wpływającym na czytelnictwo magazynu (tabela 6), natomiast najwięcej osób czytających pismo jest w przedziale 45 – 69 lat, podczas gdy najmłodszy (13 – 14 lat) nie czytają pisma wcale (tabela 7). Nie dostrzeżono znaczącego związku pomiędzy czytelnictwem a wykształceniem, choć największa ilość osób czytających pismo stale legitymuje się wykształceniem średnim (tabela 8). Wśród osób nie czytających „W Bielsku-Białej” największy jest odsetek osób nie popierających działalności władz lub nie mających na ten temat zdania, największy odsetek czytających jest w grupie popierającej władze w zupełności, ale nawet tu nie przekracza on 47% (tabela 9). Istotna jest natomiast zależność pomiędzy deklarowanym związkiem z miastem a czytelnictwem, okazuje się bowiem, że osoby deklarujące brak takiego związku nie czytają pisma wcale, osoby deklarujące związek na poziomie średnim czytają tylko w niespełna 17%, osoby mocno związane z Bielskiem-Białą – w prawie 41% a bardzo mocno związane – w 45,5% (tabela 10).

Deklarowane przez respondentów powody, dla których czytają oni „W Bielsku-Białej”, to, przede wszystkim, chęć zdobycia informacji na tematy lokalne – 30 osób. 3 osoby stwierdziły, że czytają pismo „przy okazji, jak wpadnie im w ręce” a jedna z ciekawości. Najbardziej interesującą respondentów tematyką okazała się kultura lokalna (29 wskazań), działalność władz lokalnych (26), lokalna problematyka społeczna (21) oraz historia lokalna (20).

WYKRES 200 – BIELSKO-BIAŁA, PREFEROWANA TEMATYKA W PIŚMIE SAMORZĄDOWYM



Na pytanie, czego jest za dużo w „W Bielsku-Białej”, 17 osób nie udzieliło odpowiedzi, 13 stwierdziło, że za dużo jest ogłoszeń urzędowych, 8 uznało, że zbyt wiele jest relacji z działalności władz a jedna ze sportu. Za mało jest, według respondentów, w piśmie informacji o decyzjach i działaniach władz (5 wskazań), konkretnych informacji, informacji o życiu społecznym i kulturze (po 4 wskazania), problematyki zdrowotnej (3), religii i sportu (po 2 odpowiedzi) oraz informacji o działalności organizacji społecznych i grup zawodowych (1). Według osób badanych, należy w piśmie zamieszczać więcej konkretnych informacji (9 odpowiedzi), zobiektywizować je, zwiększyć jego objętość i poprawić szatę graficzną (po 2 odpowiedzi), zamieszczać mniej ogłoszeń, sprawić żeby było ciekawsze, zobiektywizować, usprawnić kolportaż, zwiększyć częstotliwość ukazywania się i zmienić skład redakcji (po 1 odpowiedzi).

Osoby czytające „W Bielsku-Białej” deklarują zupełne zaufanie do pisma w 9 przypadkach, średni poziom zaufania w 25, raczej nie ufają informacjom zamieszczanych na jego łamach 4 osoby. Czytelnicy uważają, że pismo nikogo na swoich łamach nie faworyzuje (21 odpowiedzi) lub że faworyzuje przedstawicieli lokalnych władz (17). 34 osoby twierdzą, że magazyn nikogo nie zwalcza, 3 – że zwalcza opozycję obecnych władz samorządowych, 1 osoba stwierdziła, że pismo zwalcza niezależne opinie. 21 osób uważa, że pismo nie jest od nikogo zależne, 16 dostrzega zależność od władz samorządowych a 1 od lokalnych przedstawicieli Kościoła Katolickiego.

Na pytanie, jak „W Bielsku-Białej” przedstawia na swoich łamach obraz rzeczywistości, 15 osób odpowiedziało, że idealizuje ją ponad stan faktyczny, 11 że jest raczej zgodny ze stanem faktycznym, 5 że całkowicie zgodny a 7 osób nie miało zdania na ten temat. Większość osób czytających pismo (23 osoby) uważa, że jest ono potrzebne mieszkańcom Bielska-Białej, 6 osób odpowiedziało, że pismo jest bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom, 5 – że musiałyby się zmienić, aby być potrzebne, 3 respondentom jest obojętne, czy pismo się ukazuje, 1 osoba stwierdziła, że pismo jest niepotrzebne.

SPOŁECZNY ODBIÓR „W BIELSKU-BIAŁEJ” – WYNIKI BADAŃ INTERNETOWYCH

W internetowym badaniu odbioru społecznego Magazynu Samorządowego „W Bielsku-Białej” wzięły udział 224 osoby, w tym 125 kobiet i 99 mężczyzn, Struktura wiekowa osób badanych przedstawia się następująco:

- 13-14 lat – 16 osób;
- 15-19 lat – 56 osób;
- 20-24 lata – 48 osób;
- 25-29 lat – 52 osoby;
- 30-34 lata – 16 osób;
- 35-39 lat – 12 osób;
- 40-44 lata – 12 osób;
- 50-59 lat – 7 osób;
- 60-64 lata – 1 osoba;
- 65-69 lat – 2 osoby.

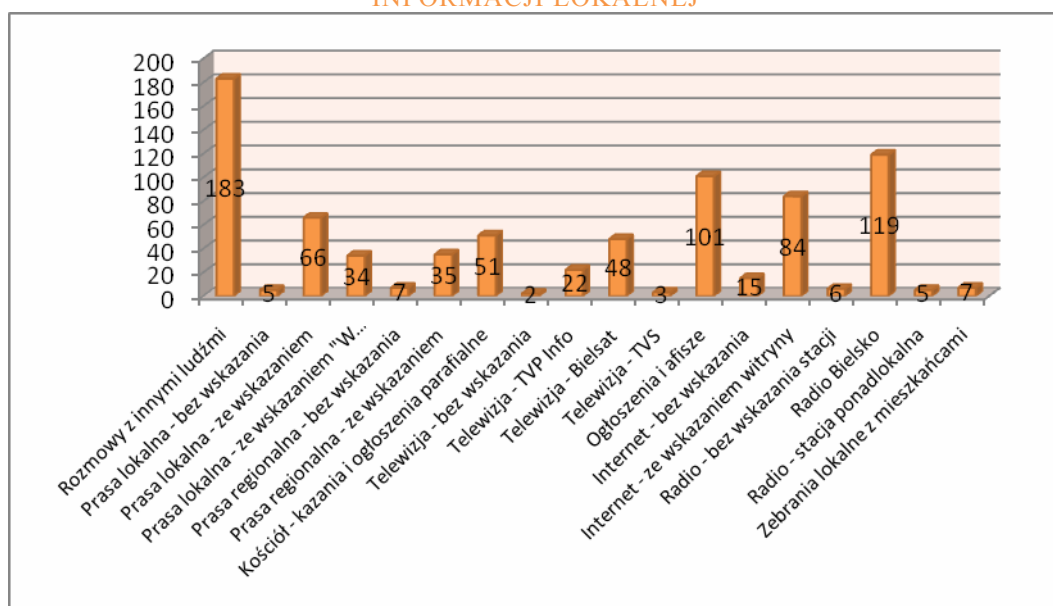
Wśród osób, które wzięły udział w badaniu internetowym, 57 legitymuje się wykształceniem podstawowym, 7 zasadniczym zawodowym, 81 średnim a 79 wyższym. Próba nie jest reprezentatywna do populacji, jej skład pozwala jednak na wyciągnięcie wniosków co do częstszego korzystania z Internetu przez osoby od 15 do 29 roku życia oraz przez osoby z wykształceniem co najmniej średnim, bądź do wniosków o większej chęci do udziału w badaniach u przedstawicieli tych grup.

Większość osób badanych zamieszkuje w Bielsku-Białej od urodzenia – 194 osoby, 18 osób mieszka w mieście od 20 lat lub dłużej, 9 od 10 lat i 3 od roku. 126 osób czuje się bardzo mocno związanych z miastem zamieszkania, 67 mocno, 23 średnio, 5 prawie wcale i 3 wcale nie deklaruje takiego związku. Jeżeli chodzi o stopień zainteresowania życiem lokalnym, to 34 osoby są zainteresowane bardzo mocno, 89 mocno, 62 średnio, 30 prawie wcale i 9 wcale. Respondenci zadeklarowali bardzo dobre poinformowanie o wydarzeniach lokalnych w 18 przypadkach, dobre w 59, średnie w 93, słabe w 40 i bardzo słabe w 14.

Długość zamieszkania wpływa na stopień związku z miastem. Prawie 90% osób mieszkających w Bielsku-Białej od urodzenia deklaruje bardzo mocny albo mocny związek, natomiast osoby mieszkające tam od roku słaby albo bardzo słaby związek (tabela 11). Podobnie jest z zainteresowaniem życiem lokalnym – im dłużej osoby mieszkają w mieście, tym to zainteresowanie jest większe (tabela 12). Trudno wnioskować o takiej zależności między związkiem z miastem a stopniem zainteresowania życiem lokalnym, ponieważ aż 44% osób, które stwierdziły, że czują się bardzo mocno związane z miejscem zamieszkania, zadeklarowało, że w ogóle się nie interesuje życiem lokalnym. Tak, czy inaczej, wszystkie osoby interesujące się bardzo mocno życiem lokalnym czują się mocno albo bardzo mocno związane z Bielskiem-Białą, podobna relacja występuje wśród osób mocno zainteresowanych wydarzeniami w najbliższym otoczeniu (tabela 13).

Wśród źródeł informacji lokalnej internauci najczęściej wymieniali rozmowy z innymi ludźmi (183 odpowiedzi), radio (130 odpowiedzi, w tym 119 ze wskazaniem Radia Bielsko), prasę lokalną (105 odpowiedzi, w tym 34 ze wskazaniem „W Bielsku-Białej”), ogłoszenia i afisze (101), Internet (99 osób, w tym 84 ze wskazaniem konkretnej witryny lokalnej).

WYKRES 201 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Zapytani o najważniejsze źródło informacji lokalnej, respondenci najczęściej wskazywali na rozmowy z innymi ludźmi (25%), Internet (23%) oraz radio lokalne (21%). Widoczne są różnice w preferowaniu poszczególnych źródeł informacji przez osoby w różnym wieku. Otóż, osoby w wieku 13 – 24 najczęściej wskazywały na rozmowy z innymi ludźmi, w wieku 25 – 34 Internet, 35 – 44 prasę lokalną a osoby powyżej 45 roku życia – radio (tabela 14).

WYKRES 202 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁO INFORMACJI LOKALNEJ

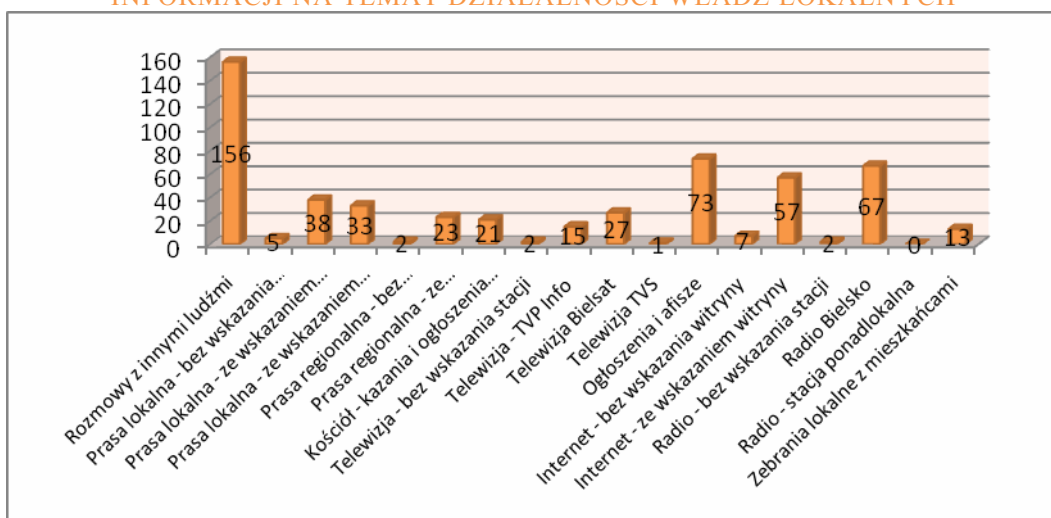


Bardzo mocne zainteresowanie działalnością władz lokalnych w Bielsku-Białej zadeklarowało 16 osób (7%) biorących udział w badaniu internetowym, mocne 35 (15,6%), średnie 76 (33,9%), słabe 49 (21,9%) a bardzo słabe 48 (21,4%). 10 osób (4,4%) czuło się bardzo dobrze poinformowanych o działalności samorządowców, 31 (13,8%) dobrze, 62 (27,7%) średnio, 75 (33,5%) prawie wcale a 46 (20,5%) wcale. 206 osób (92%) prawidłowo podało nazwisko

prezydenta miasta, 47 (21%) przewodniczącego Rady Miejskiej, 108 (48,2%) proboszcza swojej parafii i 27 (12%) kierownika Domu Kultury.

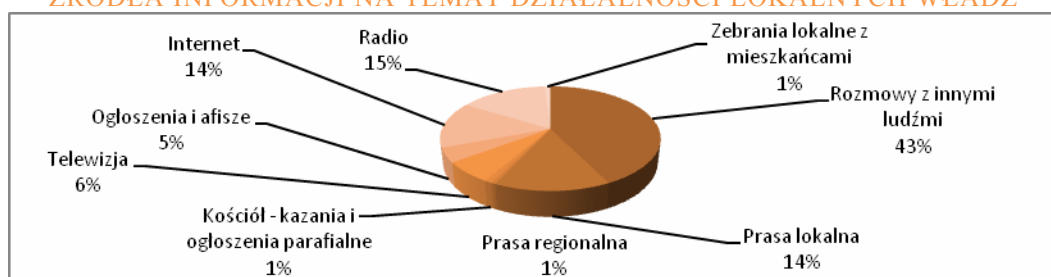
Wśród źródeł informacji na temat działalności lokalnych władz respondenci najczęściej wymieniali rozmowy z innymi ludźmi (69,6%), prasę lokalną (33,9% w tym 14,7% ze wskazaniem „W Bielsku-Białej”), ogłoszenia i afisze (32,6%), radio (30,8% w tym 29,9% ze wskazaniem na Radio Bielsko).

WYKRES 203 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI NA TEMAT DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Za najważniejsze źródło informacji lokalnej internauci uważają rozmowy z innymi ludźmi (43%), radio (15%), prasę lokalną i Internet (po 14%).

WYKRES 204 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI NA TEMAT DZIAŁALNOŚCI LOKALNYCH WŁADZ



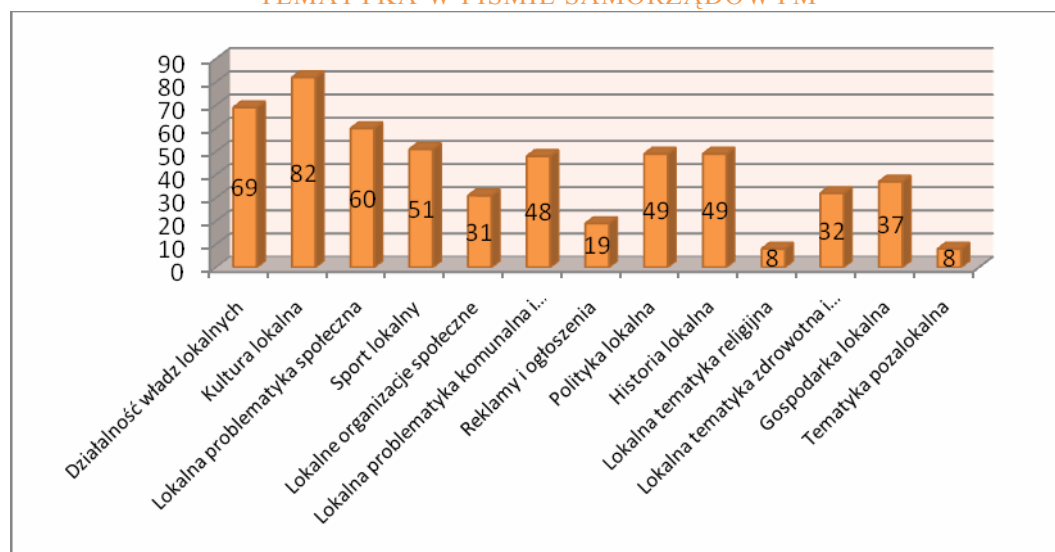
12,9% osób, biorących udział w badaniu internetowym popiera działalność obecnych władz w Bielsku-Białej, 37,9% popiera większość decyzji, 19,6% popiera nieliczne decyzje, 6,2% nie popiera wcale a 23,2% nie ma zdania na ten temat. Wśród osób popierających wszystkie lub większość decyzji przeważająca ilość respondentów uczestniczy zawsze lub prawie zawsze w wyborach samorządowych w mieście (tabela 15).

Spośród 224 badanych internautów 118 (52,7%) deklaruje czytelnictwo Magazynu Samorządowego „W Bielsku-Białej”, przy czym stale czyta 26 osób (22% czytających), od czasu do czasu 41 (34,7%) a sporadycznie 51 (43,3%). Ponad połowa – 65 osób – deklaruje, że nie pamięta, od kiedy czyta pismo. 12 osób (10,2%) czyta od powstania, 17 osób (14,4%) od 5 lat, tyle samo od dwóch lat i 7 osób (5,9%) od roku. Nie istnieją zasadnicze różnice pomiędzy czytelnictwem pisma wśród kobiet i mężczyzn, choć nieznacznie większy odsetek czytających jest wśród tych drugich (tabela 16). Czytelnictwo pisma wydaje się wzrastać z wiekiem, przynajmniej do 40 roku życia obserwowalny jest konsekwentny spadek ilości osób nie czytających w poszczególnych grupach wiekowych (tabela 17). Trudny do udowodnienia natomiast jest wniosek o zależności między wykształceniem a czytelnictwem, choć osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym czytają pismo najmniej chętnie (tabela 18). Osoby nie popierające działalności władz bądź nie mające zdania na temat tej działalności stanowią grupę, gdzie „W Bielsku-Białej” czyta najmniej osób, natomiast największy odsetek osób czytających pismo stale jest wśród respondentów popierających władze (tabela 19). Nie ma natomiast prostej zależności pomiędzy poczuciem związku z miastem a czytelnictwem prasy samorządowej (tabela 20).

Powodem czytelnictwa „W Bielsku-Białej” jest wśród internautów najczęściej poszukiwanie informacji lokalnych (57,5% osób czytających), ciekawość (15,2%), poszukiwanie rozrywki lub przypadek (po 8,5%), odpowiedzi poniżej 1% to ciekawa szata graficzna i fakt, że pismo jest darmowe.

Najpopularniejszą tematyką w piśmie okazała się w badaniu internetowym kultura lokalna (69,5% wskazań), działalność władz lokalnych (58,5%) oraz lokalna problematyka społeczna (50,8%).

WYKRES 205 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIE INTERNETOWE, PREFEROWANA TEMATYKA W PIŚMIE SAMORZĄDOWYM



Na pytanie, czego jest za dużo w Magazynie Samorządowym, 61 osób (51,7%) nie udzieliło odpowiedzi bądź stwierdziło, że niczego. 18 osób (15,2%) uważa, że za dużo jest ogłoszeń urzędowych, 16 (13,6%), że relacjonowania działalności władz, 12 (10,2%), że reklam²⁹⁹, 6 (5%) że stroniczości, 5 (4,2%) wskazało inne rubryki. Za mało jest, według respondentów, kultury – 18 odpowiedzi (15,2%), konkretnych informacji – 17 (14,4%), sportu – 10 (8,5%), informacji o życiu społecznym – 8 (6,8%), relacji z działalności władz – 5 (4,2%), zdjęć – 4 (3,4%), rozrywki i ciekawych materiałów – po 3 osoby (2,5%). W piśmie należy zamieszczać więcej konkretnych informacji według 19 respondentów (16% czytających), poprawić szatę graficzną i zobiektywizować – po 6 osób (5%), zwiększyć objętość – 4 (3,4%). Inne pojawiające się postulaty (po 1 osobie) to: zamieszczać więcej rozrywki, mniej ogłoszeń, zmienić skład redakcji, usprawnić kolportaż.

Większość czytających – 72 osoby (61%) – ufa średnio informacjom zamieszczanym na łamach „W Bielsku-Białej”, 34 (28,8%) ufają w zupełności, 9 (7,6%) raczej nie ufa i 3 (2,5%) zupełnie nie ufa. 95 osób (80,5%) uważa, że pismo nikogo na swoich łamach nie faworyzuje, 22 osoby (18,6%) twierdzą, że faworyzuje się władze a 1, że lokalnych przedstawicieli Kościoła Katolickiego. 109 osób (92,4%) jest przekonanych, że pismo nikogo nie zwalcza, 6 (5%), że opozycję, 2 osoby twierdzą, że zwalcza inne tytuły prasowe a 1 że niezależne

²⁹⁹ „W Bielsku-Białej” nie zamieszcza reklam...

opinie. Według 30 respondentów (25,4%) pismo jest zależne od władz lokalnych, natomiast według 88 (74,5%) jest niezależne.

Według większości badanych – 71 osób (60%), obraz rzeczywistości przedstawiany na łamach pisma jest raczej zgodny ze stanem faktycznym, a według 14 (11,8%) całkowicie zgodny ze stanem faktycznym. 22 osoby (18,6%) twierdzą, że magazyn idealizuje rzeczywistość a 14 respondentów (11,8%) nie ma zdania na ten temat. Internauci twierdzą w większości – 70 osób (59,3%), że pismo jest potrzebne mieszkańcom Bielska-Białej, 23 osobom (19,5%) jest obojętne, czy się ono ukazuje, 13 (11%) uważa, że jest ono bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom, 11 (9,3%), że pismo powinno się zmienić, żeby być potrzebne a 1 osoba stwierdziła, że gazeta jest zupełnie niepotrzebna.

WYNIKI BADAŃ SPOŁECZNEGO ODBIORU „RODNI”

SPOŁECZNY ODBIÓR „RODNI” – WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Strona | 293

W ankietowych badaniach społecznego odbioru „Rodni” wzięło udział 103 mieszkańców Bierunia, w tym 51 kobiet i 52 mężczyzn. Struktura wiekowa próby przedstawia się następująco:

- 13-14 lat – 6 osób;
- 15-19 lat – 9 osób;
- 20-24 lata – 14 osób;
- 25-29 lat – 8 osób;
- 30-34 lata – 8 osób;
- 35-39 lat – 10 osób;
- 40-44 lata – 13 osób;
- 45-49 lat – 10 osób;
- 50-59 lat – 11 osób;
- 60-64 lata – 2 osoby;
- 65-69 lat – 5 osób;
- 70-79 lat – 4 osoby;
- 80-89 lat – 3 osoby.

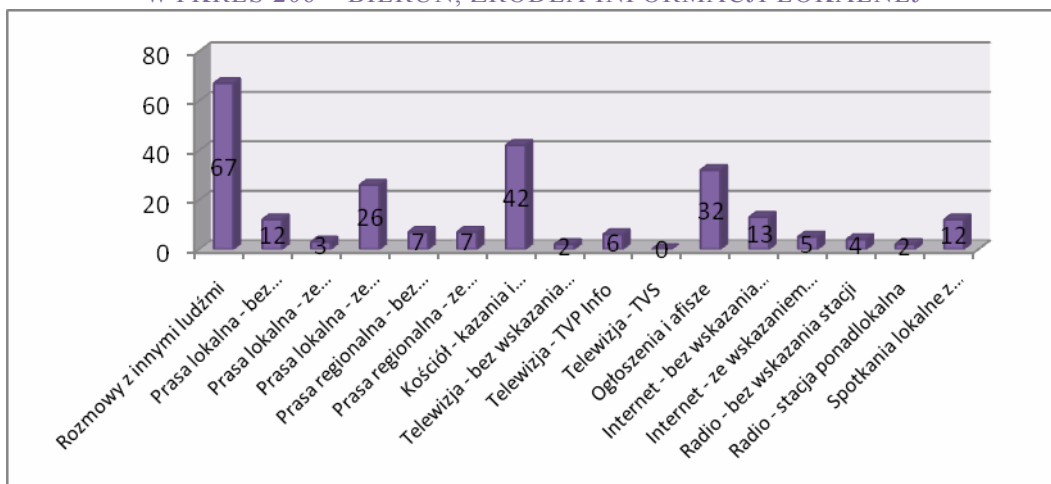
Wśród osób badanych 28 legitymowało się wykształceniem podstawowym, 34 zasadniczym zawodowym, 31 średnim i 10 wyższym. Struktura próby jest zgodna ze strukturą demograficzną ludności Bierunia.

Większość osób badanych – 55 – mieszka w Bieruniu od urodzenia, 22 od 20 lat lub dłużej, 21 od 10 lat a 5 od roku. 22 osoby deklarują bardzo mocny związek z miastem, 28 mocny, 27 średni. 15 osób prawie wcale nie czuje się związana z miejscem zamieszkania, 11 osób deklaruje zupełny brak takiego związku. Jeżeli chodzi o poziom zainteresowania życiem lokalnym, to bardzo wysoki deklaruje 9 osób, wysoki 24, średni 31, słaby 26 a bardzo słaby 13 osób. 4 osoby czują się bardzo dobrze poinformowane o lokalnych wydarzeniach, 25 dobrze, 37 średnio, 25 słabo a 12 bardzo słabo.

Widoczna jest zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a deklarowanym związkiem z nim – im dłużej respondent mieszka w Bieruniu, tym związek jest większy i odwrotnie (tabela 21). Relacja taka nie występuje pomiędzy długością zamieszkania a zainteresowaniem życiem lokalnym (tabela 22), natomiast jest widoczny wyraźny związek pomiędzy poczuciem związku z miastem a zainteresowaniem życiem lokalnym – im dłużej respondenci mieszkają w mieście, tym bardziej się interesują sprawami najbliższego otoczenia (tabela 23).

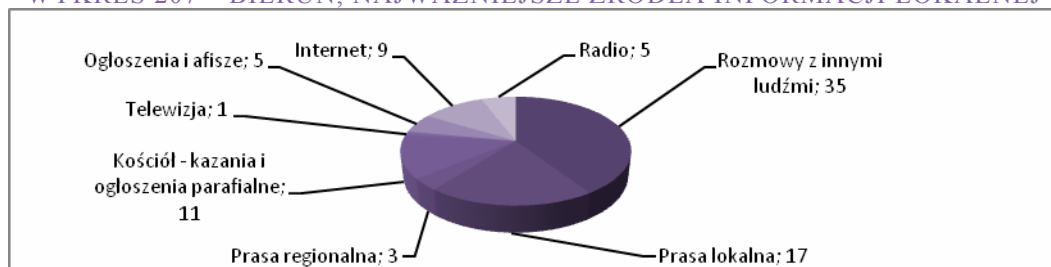
Najważniejsze źródła informacji lokalnej to dla mieszkańców Bierunia, przede wszystkim, rozmowy z innymi ludźmi (67 wskazań), kazania i ogłoszenia parafialne (42), prasa lokalna (41, w tym ze wskazaniem na „Rodnię” 26) oraz ogłoszenia i afisze (32).

WYKRES 206 – BIERUŃ, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Za najważniejsze źródło informacji lokalnej respondenci uznali rozmowy z innymi ludźmi (35 osób), prasę lokalną (17) oraz kazania i ogłoszenia parafialne (11). Preferowane źródło informacji jest zróżnicowane w poszczególnych grupach wiekowych, jednak występuje dostrzegalna tendencja do wybierania rozmów z innymi ludźmi przez osoby w wieku 13 – 24 lat oraz 45 – 59 lat. W pozostałych grupach brak dominującego źródła (tabela 24).

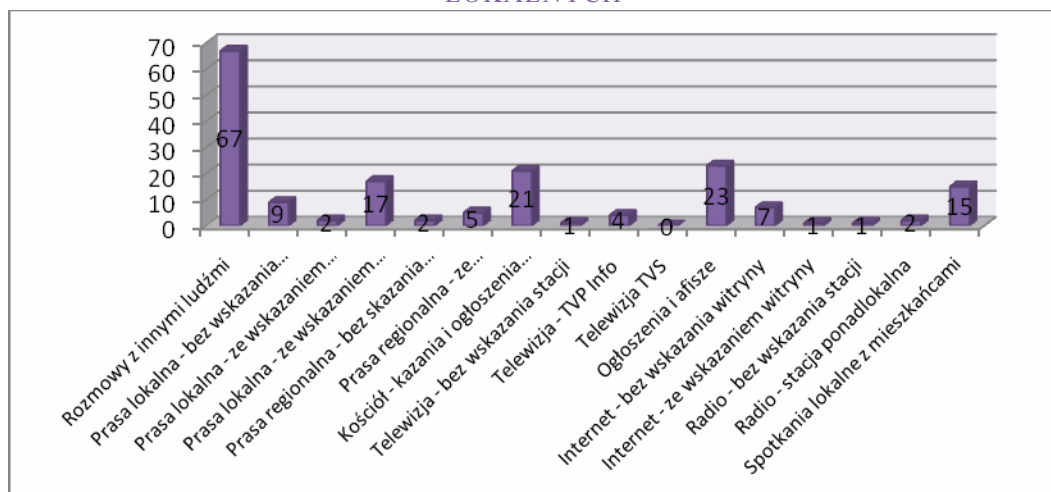
WYKRES 207 – BIERUŃ, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Zapytani o zainteresowanie działalnością lokalnych władz, respondenci w 6 przypadkach określili je jako bardzo mocne, w 16 jako mocne, w 22 jako średnie, w 30 – słabe a w 18 – bardzo słabe. 2 osoby czują się bardzo dobrze poinformowane o działalności samorządowców, 17 dobrze, 25 średnio, 34 słabo a 25 bardzo słabo. 66 mieszkańców Bierunia zna nazwisko burmistrza miasta, osoba przewodniczącego Rady Miejskiej jest znana 23 osobom, nazwisko proboszcza swojej parafii jest w stanie wymienić 58 ankietowanych a kierownika Domu Kultury – 19. Zawsze w wyborach samorządowych uczestniczą 33 osoby, prawie zawsze 18, rzadko 25, prawie nigdy 8 a nigdy 19.

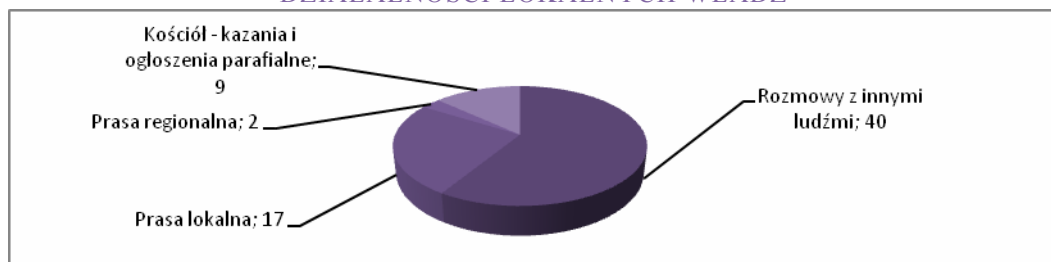
Wśród źródeł informacji na temat działalności lokalnych władz ankietowani wymieniali najczęściej rozmowy z innymi ludźmi (67 osób), prasę lokalną (29 w tym 17 ze wskazaniem „Rodni”), ogłoszenia i afisze (23) oraz kazania i ogłoszenia parafialne (21).

WYKRES 208 – BIERUŃ, ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Za najważniejsze źródła informacji na temat działalności władz lokalnych uznano przede wszystkim rozmowy z innymi ludźmi (40 osób), prasę lokalną (17) oraz kazania i ogłoszenia parafialne (9).

WYKRES 209 – BIERUŃ, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI LOKALNYCH WŁADZ



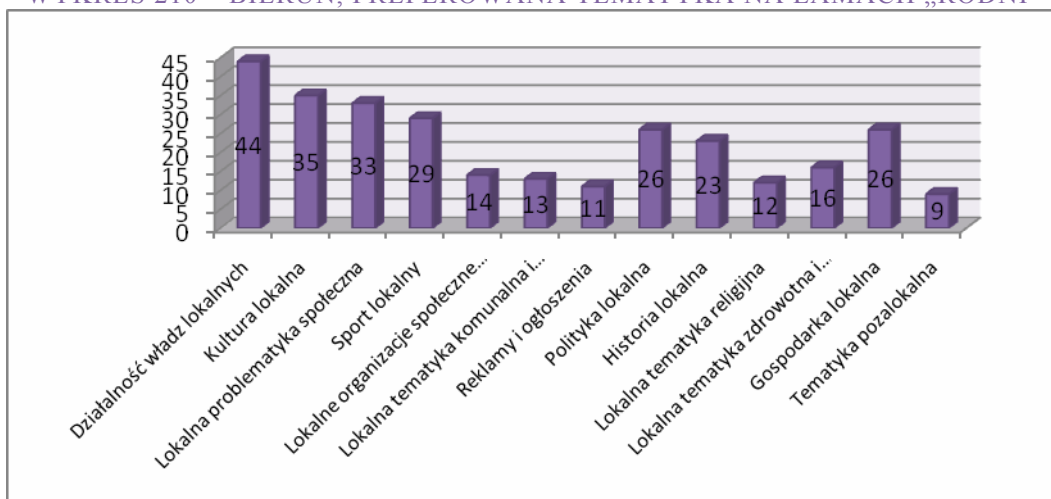
Zupełne poparcie dla działalności władz lokalnych w Bieruniu deklaruje 9 osób, 28 popiera większość decyzji, 24 – nieliczne decyzje, 22 osoby nie popierają władz wcale a 20 nie ma zdania na ten temat. Poparcie dla władz jest sprzężone z częstotliwością udziału w wyborach samorządowych – osoby popierające władze w większości uczestniczą w wyborach, natomiast nie popierające bądź nie mające na ten temat zdania charakteryzują się większą absencją wyborczą (tabela 25).

Spośród 103 ankietowanych mieszkańców Bierunia 79 deklaruje czytelnictwo „Rodni”, przy czym stale pismo czytają 22 osoby, od czasu do czasu 25 osób a sporadycznie 32 osoby. 23 ankietowanych nie pamięta, od kiedy czyta pismo, 19 czyta od powstania, 12 od 5 lat, 18 od 2 lat a 6 od roku. „Rodnię” czyta ponad 80% ankietowanych kobiet i 73% mężczyzn. Stale po pismo sięga ponad 25% kobiet i 17% mężczyzn (tabela 26). Z badań wynika, że wiek nie różnicuje poziomu czytelnictwa pisma (tabela 27). Największy odsetek czytelników pisma legitymuje się wykształceniem średnim (tabela 28). Czytelnictwo pisma wydaje się być sprzężone z poparciem dla działalności władz lokalnych – im większe poparcie, tym większy odsetek czytających pismo stale albo od czasu do czasu i odwrotnie – im mniejsze poparcie, tym większy odsetek nie czytających wcale (tabela 29). Podobną zależność obserwujemy pomiędzy deklarowanym związkiem z miastem a czytelnictwem „Rodni” – osoby związane z Bieruniem chętniej czytają pismo (tabela 30).

Wśród powodów, dla których respondenci czytają „Rodnię”, najczęściej wymienianym jest poszukiwanie informacji lokalnej (25 osób), ciekawość (11 osób) oraz poszukiwanie rozrywki (5 osób). 2 osoby czytają pismo „przy okazji, jak wpadnie w ręce”, jedna z powodu ciekawej szaty graficznej i jedna ponieważ jest wydawane w Bieruniu. 34 ankietowanych nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie.

Tematyką, cieszącą się największą popularnością czytelników „Rodni” jest działalność władz lokalnych (44 odpowiedzi), kultura lokalna (35), lokalna tematyka społeczna (33) oraz sport lokalny (29). Najmniej czytelników (9) interesuje się kwestiami pozalokalnymi.

WYKRES 210 – BIERUŃ, PREFEROWANA TEMATYKA NA ŁAMACH „RODNI”



Oceniając pismo, 50 respondentów stwierdziło, że w „Rodni” niczego nie jest za dużo, bądź nie mają zdania na ten temat. Według 15 zbyt wiele miejsca poświęca się relacjonowaniu działalności władz, 8 osób twierdzi, że zbyt dużo jest reklam, 4 – że stroniczości. Odpowiedzi „gospodarki” i „sportu” udzieliło po jednej osobie. Za mało jest według respondentów sportu (9), konkretnych informacji (7), informacji o życiu społecznym i kultury (po 4), rozrywki i tematyki działalności władz (po 2) oraz ciekawych materiałów (1). 70 spośród deklarujących czytelnictwo „Rodni” uważa, że nie należy w piśmie nic zmieniać. 4 osoby uważają, że należy zamieszczać więcej konkretnych informacji, 2 osoby są zdania, że powinno być mniej reklam, również 2 zmieniłyby skład redakcji a 1 osoba twierdzi, że pismo powinno być ciekawsze.

Informacjom zamieszczanym na łamach „Rodni” w zupełności ufa 13 respondentów. 54 ufają średnio, 6 osób raczej nie ufa, również 6 zupełnie nie ufa. 64 osoby uważają, że pismo nie faworyzuje nikogo w swoich publikacjach, 13 jest zdania, że faworyzowane są władze, 1 że lokalni działacze społeczni i jedna że lokalni przedstawiciele Kościoła Katolickiego. 76 osób twierdzi, że pismo nikogo nie zwalcza. Tylko 3 osoby są odmiennego zdania, wskazując jako dyskryminowane w piśmie: opozycję, niezależne opinie oraz „Nową Rodnię”. Dla

65 osób „Rodnia” jest pismem niezależnym, dla 13 zależnym od władz lokalnych a dla 1 od Kościoła Katolickiego.

Obraz rzeczywistości, przedstawiany na łamach „Rodni”, jest, według osób ankietowanych, raczej zgodny ze stanem faktycznym (27 odpowiedzi), całkowicie zgodny ze stanem faktycznym (12), wyidealizowany (9), bardziej czarny niż w rzeczywistości (1). 30 osób nie ma na ten temat zdania. Według większości osób (44), pismo jest potrzebne mieszkańcom Bierunia, 15 osobom jest obojętne, czy się ukazuje. 8 badanych stwierdziło, że „Rodnia” musiałaby się zmienić, żeby być potrzebna, taka sama ilość osób odpowiedziała, że pismo jest bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom miasta. 4 czytelników uważa, że szkoda pieniędzy i papieru, ponieważ pismo jest niepotrzebne.

Strona | 298

SPOŁECZNY ODBIÓR „RODNI” – WYNIKI BADAŃ INTERNETOWYCH

W internetowym badaniu odbioru „Rodni” wzięły udział 53 osoby, w tym 28 kobiet i 25 mężczyzn. Struktura wiekowa próby przedstawia się następująco:

- 15-19 lat – 29 osób;
- 20-24 lata – 10 osób;
- 25-29 lat – 7 osób;
- 30-34 lata – 4 osoby;
- 35-39 lat – 2 osoby;
- 45-49 lat – 1 osoba.

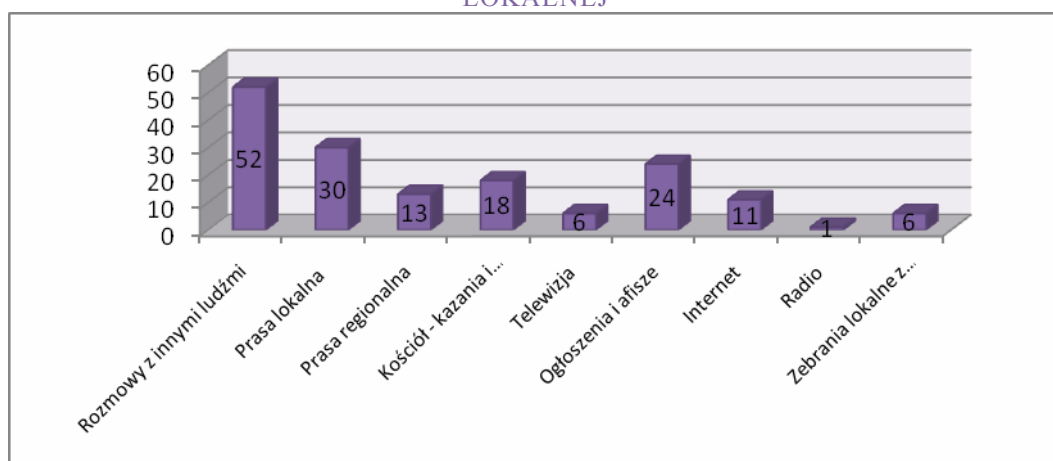
Wykształceniem podstawowym legitymowało się 14 osób, zasadniczym zawodowym 6, średnim 25 a wyższym 8.

Wśród osób badanych większość (40) mieszka w Bieruniu od urodzenia, od 20 lat i dłużej mieszka tam 6 osób, od 10 lat również 6 a od roku jedna. 18 respondentów zadeklarowało bardzo silne poczucie związku z miastem, tyle samo czuje się silnie związanych z Bieruniem. Średni stopień związku jest właściwy dla 14 osób a raczej słaby dla trojga. 10 spośród 53 ankietowanych osób bardzo mocno interesuje się życiem lokalnym miasta, 12 mocno, 18 średnio, 10 prawie wcale a 3 wcale. Jeżeli chodzi o stopień poinformowania na temat wydarzeń w

najbliższym otoczeniu, to 2 osoby czują się poinformowane bardzo dobrze, 14 dobrze, 27 średnio, 7 słabo a 3 bardzo słabo. Trudno wykazać zależność między długością zamieszkania w Bieruniu a poziomem związku z miastem (tabela 31) lub zainteresowaniem życiem lokalnym (tabela 32) okazuje się bowiem, że tylko w grupie osób zamieszkałych w mieście od 20 lat i dłużej nie występują najniższe wartości poziomu związku czy zainteresowania życiem lokalnym, zależność nie jest więc liniowa. Można jednak stwierdzić, że osoby deklarujące mocny albo bardzo mocny związek z miastem są również mocno albo bardzo mocno zainteresowane życiem lokalnym (tabela 33).

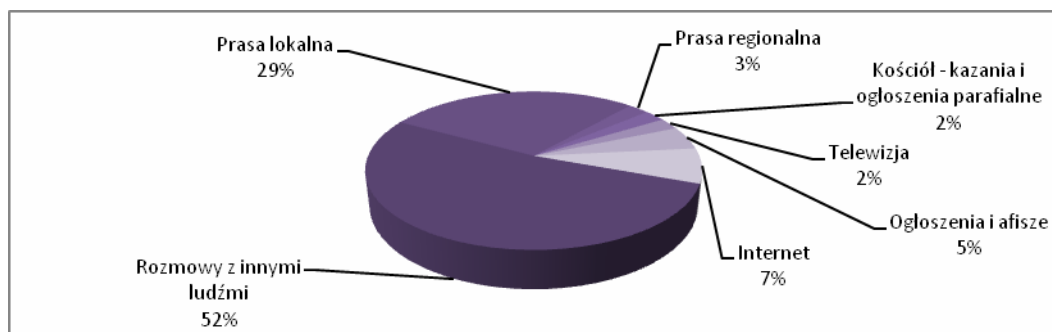
Źródła informacji lokalnej według internautów z Bierunia, to przede wszystkim rozmowy z innymi ludźmi – 52 odpowiedzi (98%), prasa lokalna – 30 (56,5%) oraz ogłoszenia i afisze – 24 (45,3%).

WYKRES 211 – BIERUŃ, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Za najważniejsze źródła informacji na temat wydarzeń w Bieruniu respondenci uznali zdecydowanie rozmowy z innymi ludźmi (52%). Ważna okazała się też prasa lokalna (29%) oraz Internet (7%) i ogłoszenia i afisze (5%). Rozmowy z innymi ludźmi były najważniejszym źródłem we wszystkich grupach wiekowych, podobnie jak prasa lokalna prawie najważniejszym, natomiast na Internet oraz ogłoszenia i afisze wskazywali tylko respondenci z najmłodszej grupy wiekowej (15-19 lat, zob. tabela 34).

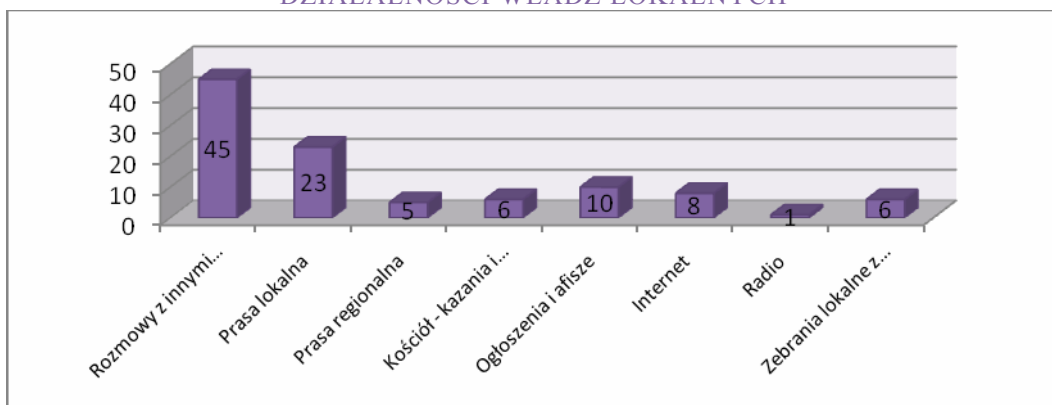
WYKRES 212 – BIERUŃ, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Internauci z Bierunia w małym stopniu interesują się działalnością lokalnych władz. Tylko 3 osoby (5,6%) zadeklarowały bardzo mocne zainteresowanie, 5 (9,4%) mocne, 23 (43,4%) średnie, 10 (18,9%) słabe i 12 (22,6%) bardzo słabe. Za ledwie jedną osobą (1,9%) oceniła stopień swojego poinformowania na temat działalności samorządowców jako bardzo dobry, 7 (13,2%) określiło siebie jako dobrze poinformowanych, 16 (30,2%) średnio, 16 (30,2%) słabo a 13 (24,5%) bardzo słabo. Nazwisko burmistrza miasta wymieniło 45 osób (84,9%), przewodniczącego Rady Miejskiej 15 (28,3%), księdza proboszcza 38 (71,7%) a kierownika domu kultury 18 (33,9%). 19 respondentów (35,8%) twierdzi, że zawsze bierze udział w wyborach samorządowych, 8 (15,1%) prawie zawsze, 5 (9,4%) rzadko, 3 (5,6%) prawie nigdy a 18 (33,9%) nigdy.

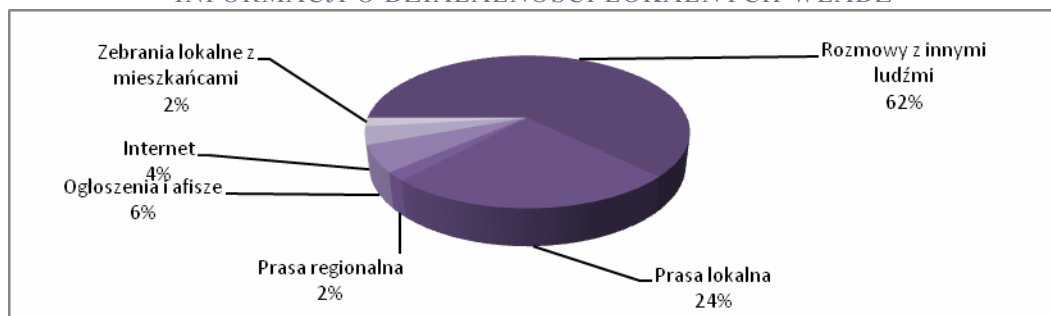
Wśród źródeł informacji na temat działalności lokalnych władz respondenci wymieniali najczęściej rozmowy z innymi ludźmi (45), prasę lokalną (23), ogłoszenia i afisze (10) oraz Internet (8).

WYKRES 213 – BIERUŃ, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Najważniejszym źródłem informacji o władzach miejscowych okazały się znowu rozmowy z innymi ludźmi (62% odpowiedzi), prasę lokalną (24%) oraz ogłoszenia i afisze (6%).

WYKRES 214 – BIERUŃ, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI LOKALNYCH WŁADZ



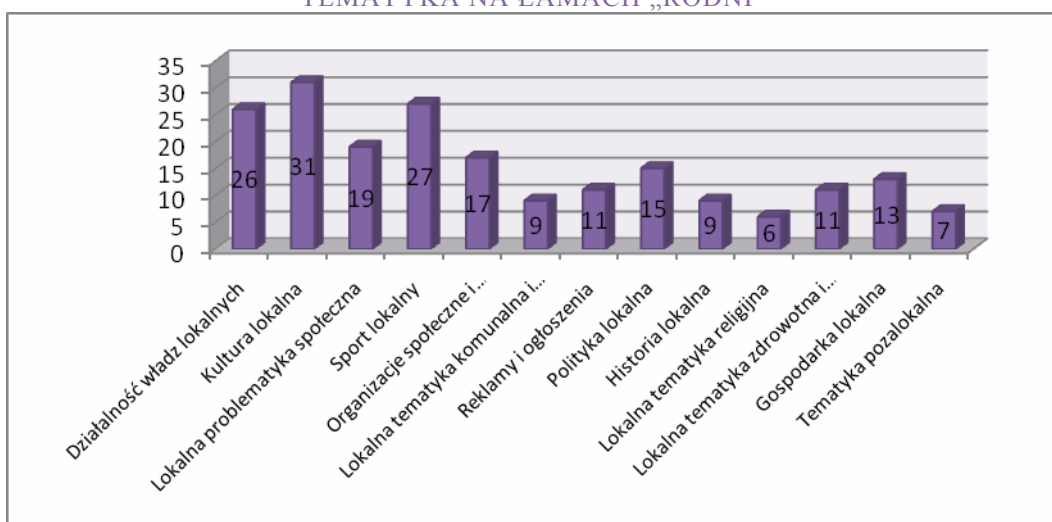
Całkowitym poparciem władze lokalne cieszą się u 4 respondentów (7,5%), 16 (30,2%) popiera większość decyzji, 19 (35,8%) popiera nieliczne decyzje, 2 osoby (3,7%) nie popierają władz wcale a 12 (22,6%) nie ma zdania na ten temat. Nie występuje prosta zależność pomiędzy częstotliwością udziału w wyborach a poparciem dla władz lokalnych (przy tak małej próbie trudno stwierdzić jednoznaczne zależności), jednak osoby nie mające zdania na temat władz to głównie ci, którzy nie uczestniczą w ogóle w wyborach samorządowych (tabela 35).

Wśród 53 internautów, biorących udział w badaniu, czytelnictwo „Rodni” zadeklarowało 48 osób (90,5%), z czego 13 (27%) czyta stale, 16 (33,3%) od czasu do czasu a 19 (39,6%) sporadycznie. Większość czytających – 26 osób (54,2%) – deklaruje, że nie pamięta, od kiedy czyta „Rodnię”. 6 (12,5%) osób czyta od powstania, 10 (20,8%) od 5 lat, 4 (8,3%) od 2 lat i 2 (4,2%) od roku. Płeć nie jest cechą różnicującą internautów, czytających „Rodnię” (tabela 36). Struktura wiekowa próby jest natomiast na tyle nierównomierna, że trudno wyciągać wnioski o zależności między czytelnictwem a wiekiem respondentów (tabela 37), podobnie między czytelnictwem a wykształceniem badanych (tabela 38), choć wśród osób z wykształceniem średnim wszyscy respondenci zadeklarowali, że „Rodnię” czytają. Co prawda, osoby popierające władze w zupełności czytają „Rodnię” stale, jednak wśród osób nie popierających władz wcale również wszyscy respondenci czytają pismo (tabela 39). Zatem, ponownie nie da się wyciągać wniosków o zależności między czytelnictwem a poparciem dla władz, należy jednak zauważyć, że największy odsetek stałych bądź względnie stałych czytelników pismo ma wśród osób, które jednocześnie deklarują mocny albo bardzo mocny związek z Bieruniem (tabela 40).

Powody, dla jakich respondenci czytają „Rodnię”, to, przede wszystkim, poszukiwanie informacji lokalnej – 27 osób (56,25%), fakt, że pismo jest z Bierunia 8 (16,6%), ciekawość 3 (6,25%), poszukiwanie rozrywki 2 (4,2%), ciekawa szata graficzna i przypadek – po 1 osobie.

Tematyka, którą internauci uważają za najciekawszą w „Rodni” to kultura lokalna (64,5%), sport lokalny (56,25%), działalność władz lokalnych (54,2%). Najmniejszym zainteresowaniem cieszy się tematyka religijna oraz pozalokalna.

WYKRES 215 – BIERUŃ, BADANIA INTERNETOWE, PREFEROWANA TEMATYKA NA ŁAMACH „RODNI”



24 osoby (połowa czytających „Rodnię”) uważają, że w piśmie niczego nie jest za dużo. Według 15 (31,25%) za dużo jest reklam, 4 (8,3%) – stronniczości, 2 (4,2%) – relacjonowania działalności władz, 3 osoby (6,25%) wskazały inne rubryki. Za mało jest w piśmie konkretnych informacji – 11 (22,9%), informacji kulturalnych – 6 (12,5%), sportu – 5 (10,4%), informacji o działaniach władz – 3 (6,25%), o życiu społecznym – 2 (4,2%) oraz rozrywki – 1 (2,1%). 20 osób (41,6%) stwierdziło, że w piśmie niczego nie brakuje. Zapytani, co należy zmienić w „Rodni”, respondenci odpowiadali, że należy je zobiektywizować – 5 odpowiedzi (10,4%), zamieszczać więcej konkretnych informacji – 4 (8,3%), sprawić, by było ciekawsze i zwiększyć jej objętość – po 2 osoby (4,2%), poprawić szatę graficzną i zamieszczać mniej reklam – po 1 osobie (2,1%). 33 osoby (68,75%) uznały, że w piśmie nie trzeba nic zmieniać.

Całkowite zaufanie do pisma deklaruje 11 osób (27,5%), średnio ufają informacjom zamieszczanym na jego łamach 33 osoby (68,75%), raczej nie ufają

4 (8,3%). 38 respondentów (79,2%) jest przekonanych, że pismo nikogo na swoich łamach nie faworyzuje, 10 (20,8%) twierdzi, że faworyzowane są władze lokalne. 1 osoba (2,1%) stwierdziła, że pismo zwalcza niezależne opinie i 1 (2,1%) że inne tytuły prasowe („Nową Rodnię”). Zdaniem 39 ankietowanych (81,25%), pismo jest niezależne, według 9 osób (18,75%) jest zależne od lokalnych władz.

Obraz rzeczywistości, przedstawiany na łamach „Rodni”, jest dla 24 internautów (50% czytających) raczej zgodny ze stanem faktycznym a dla 5 (10,4%) – zupełnie zgodny. 9 osób (18,75%) uważa, że pismo idealizuje rzeczywistość a 10 (20,8%) nie ma na ten temat zdania. Prawie połowa – 23 osoby (47,9%) – uważa, że „Rodnia” jest potrzebna mieszkańcom Bierunia. 14 osobom (29,2%) jest obojętne, czy pismo się ukazuje, 7 (14,5%) uważa, że pismo musiałoby się zmienić, żeby być potrzebne, natomiast po 2 (4,2%) osoby przychylają się ku opiniom, że gazeta jest bardziej potrzebna władzom niż mieszkańcom oraz że pismo jest w ogóle niepotrzebne.

WYNIKI BADAŃ SPOŁECZNEGO ODBIORU „GŁOSU ORNONTOWIC”

Strona | 304

SPOŁECZNY ODBIÓR „GŁOSU ORNONTOWIC” – WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

W ankiетowym badaniu społecznego odbioru „Głosu Ornontowic” wzięło udział 100 mieszkańców Ornontowic, w tym 51 kobiet i 49 mężczyzn. Struktura wiekowa próby przedstawia się następująco:

- 13-14 lat – 7 osób;
- 15-19 lat – 6 osób;
- 20-24 lata – 11 osób;
- 25-29 lat – 8 osób;
- 30-34 lata – 10 osób;
- 35-39 lat – 11 osób;
- 40-44 lata – 10 osób;
- 45-49 lat – 8 osób;
- 50-59 lat – 13 osób;
- 60-64 lata – 6 osób;
- 65-69 lat – 5 osób;
- 70-79 lat – 5 osób.

Wśród respondentów 26 osób legitymowało się wykształceniem podstawowym, 36 zasadniczym zawodowym, 31 średnim a 7 wyższym. Struktura próby została dobrana zgodnie ze strukturą populacji zamieszkującej gminę Ornontowice, uwzględniającą płeć, wiek i wykształcenie mieszkańców.

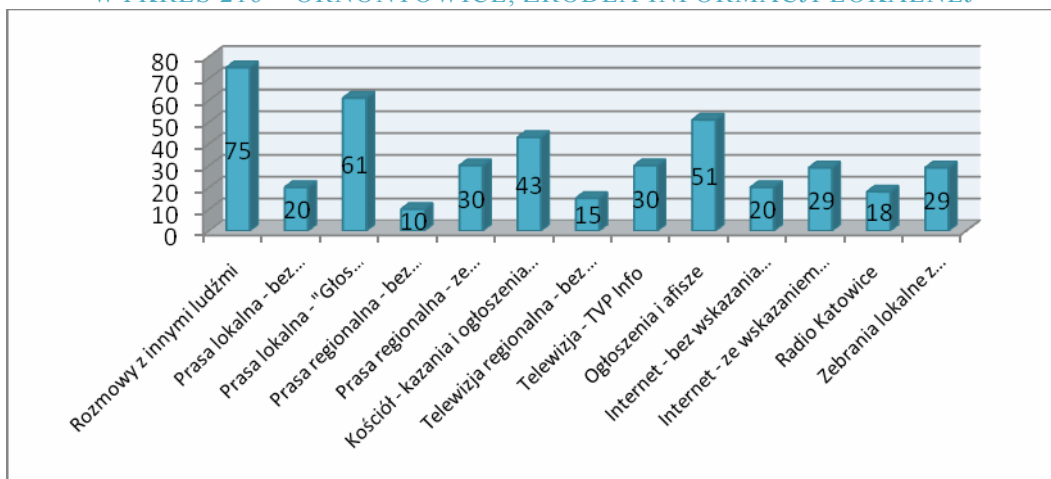
Większość respondentów – 71 osób – mieszka w Ornontowicach od urodzenia, 14 osób od 20 lat lub dłużej, 8 od 10 lat a 7 od roku. 65 badanych zadeklarowało bardzo mocny związek z miejscem zamieszkania, 22 mocny, 7

średni, 5 słaby a jeden bardzo słaby. Bardzo duże zainteresowanie wydarzeniami lokalnymi jest właściwe 36 osobom, 45 interesuje się nimi bardzo, 14 średnio, 4 prawie wcale a jedna wcale. Bardzo wysokie poczucie bycia poinformowanym na temat spraw najbliższego otoczenia deklarują 23 osoby, 54 czują się dobrze poinformowane, 17 średnio a 6 słabo.

Poczucie związku z miejscowością jest skorelowane z długością zamieszkania w niej – bardzo mocno czują się związane z Ornontowicami osoby mieszkające tam od urodzenia, mocno – od 20 lat lub dłużej, średnio – od 10 lat a słabo jedynie osoby mieszkające tam od roku (tabela 41). Analogiczna zależność występuje pomiędzy długością zamieszkania a zainteresowaniem życiem lokalnym (tabela 42) oraz, siłą rzeczy, pomiędzy poczuciem związku z miejscowością i zainteresowaniem życiem lokalnym (tabela 43).

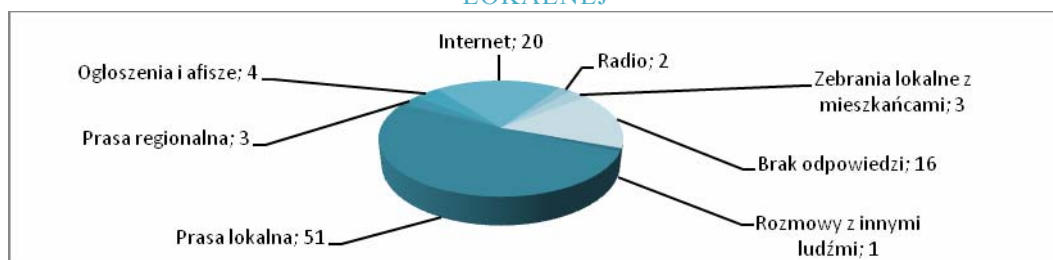
Źródła informacji lokalnych, wskazywane przez mieszkańców Ornontowic, to, przede wszystkim, rozmowy z innymi ludźmi (75 wskazań), prasa lokalna (81 wskazań, w tym 61 „Głos Ornontowic”), ogłoszenia i afisze (51) oraz Internet (49).

WYKRES 216 – ORNONTOWICE, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Za najważniejsze źródła informacji lokalnej uznano prasę lokalną (51) oraz Internet (20). 16 osób nie wskazało najważniejszego źródła. Internet jest najpopularniejszym źródłem informacji lokalnej dla osób młodych, do 25 roku życia, osoby, których wiek przekracza tę granicę coraz chętniej wskazują prasę lokalną jako najważniejsze źródło (tabela 44).

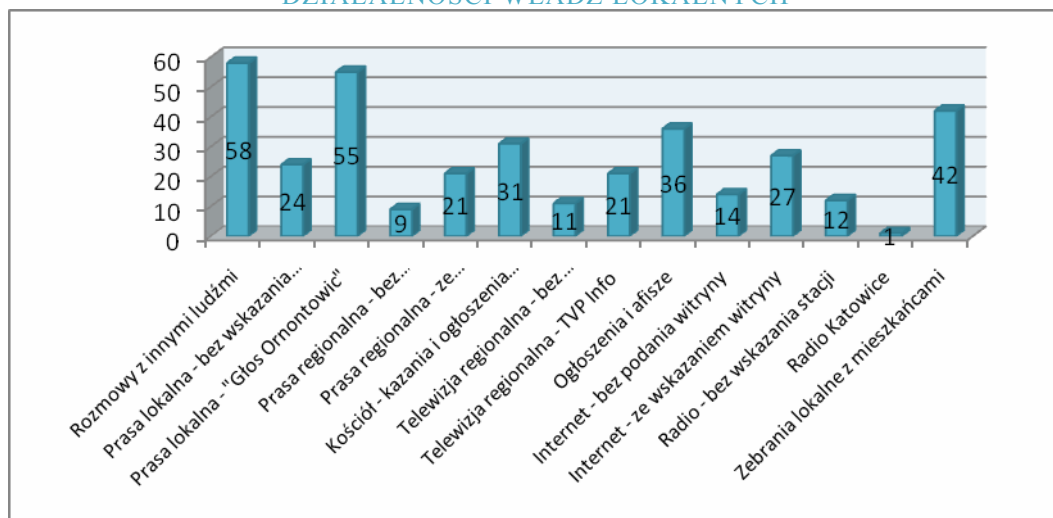
WYKRES 217 – ORNONTOWICE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Bardzo duże zainteresowanie działalnością władz wykazuje 19 spośród 100 badanych osób, duże 42, średnie 27, małe 10 a bardzo małe 2 osoby. Dość podobnie rozkłada się deklarowane poczucie poinformowania na temat działalności władz – bardzo dobrze poinformowanych jest 12 osób, dobrze 47, średnio 29, słabo 10 a bardzo słabo 2. Nazwisko wójta gminy prawidłowo podało 89 osób, przewodniczącego Rady Gminy 53, księdza proboszcza 81 a kierownika Domu Kultury tylko 10. Znacząca część badanej próby bierze udział w wyborach samorządowych – 40 osób zawsze, 42 prawie zawsze, 6 rzadko, 1 prawie nigdy i 11 nigdy.

Źródła, z jakich ornontowiczanie czerpią informacje na temat działalności władz samorządowych, to głównie prasa lokalna (79 odpowiedzi, w tym 55 ze wskazaniem „Głosu Ornontowic”), rozmowy z innymi ludźmi (58), zebrania lokalne z mieszkańcami (42) oraz Internet (41).

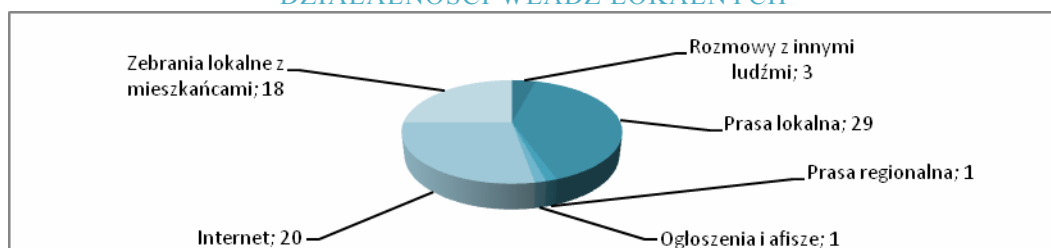
WYKRES 218 – ORNONTOWICE, ŹRÓDŁA INFORMACJI NA TEMAT DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Za najważniejsze źródła informacji o władzach uznano znowu prasę lokalną (29 odpowiedzi), jednak jej przewaga nad innymi kategoriami nie jest już

tak znacząca, ponieważ 20 osób wskazało na Internet a 18 zebrania lokalne z mieszkańcami jako główne źródła informacji.

WYKRES 219 – ORNONTOWICE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



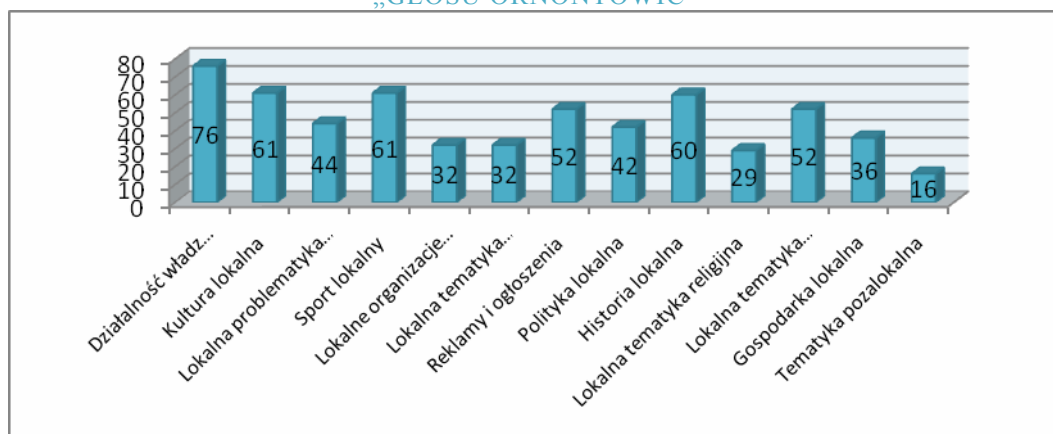
Całkowitym poparciem cieszy się ornontowicka władza wśród 34 spośród 100 badanych osób. 45 badanych popiera większość decyzji, 5 popiera nieliczne decyzje a 16 osób nie ma zdania na ten temat (nikt nie odpowiedział, że nie popiera władz wcale). Poparcie dla władz jest sprzężone z częstotliwością uczestnictwa w wyborach – osoby popierające władze uczestniczą zawsze albo prawie zawsze a nie mające zdania na ten temat – nigdy albo prawie nigdy (tabela 45).

Czytelnictwo „Głosu Ornontowic” zadeklarowało 98 respondentów, stale pismo czyta 60 osób, od czasu do czasu 28 a sporadycznie 10. Czytelnictwo początku funkcjonowania pisma deklarują 44 osoby, od 5 lat 25, od 2 lat 11, od 1 roku 6 a 12 badanych nie pamięta, od kiedy ma kontakt z pismem. Nie ma znaczących różnic pomiędzy czytelnictwem „Głosu Ornontowic” wśród mężczyzn i kobiet, choć nieco więcej kobiet czyta pismo stale (tabela 46). Największy odsetek stałych czytelników występuje wśród respondentów w wieku 25 – 69 lat, zupełny brak czytelnictwa deklarują tylko 2 osoby w wieku 13-14 lat (tabela 47). Wraz z wzrostem poziomu wykształcenia rośnie również procent czytających pismo stale (tabela 48). Osoby czytające każdy lub prawie każdy numer pisma popierają działalność lokalnych władz, wraz ze spadkiem poparcia zmniejsza się częstotliwość jego czytania (tabela 49). Również poczucie związku z miejscowością jest czynnikiem wpływającym na czytelnictwo magazynu – osoby związane mocno albo bardzo mocno czytają pismo stale, średnio związane z miejscowością – od czasu do czasu a osoby nie czytające są związane z Ornontowicami słabo albo bardzo słabo (tabela 50).

Powody, dla jakich czytany jest „Głos Ornontowic”, to, przede wszystkim, poszukiwanie informacji lokalnej (48 osób), ciekawa szata graficzna (3),

poszukiwani rozrywki (2) oraz ciekawość (1). 44 osoby nie określiły powodów, dla jakich czytają pismo. Najbardziej popularną tematyką wśród czytelników „Głosu Ornontowic” jest działalność władz lokalnych (76), sport i kultura (po 61 odpowiedzi) oraz historia lokalna (60). Najmniejszym zainteresowaniem cieszy się tematyka pozalokalna (16) oraz lokalna tematyka religijna (29).

WYKRES 220 – ORNONTOWICE, PREFEROWANA TEMATYKA NA ŁAMACH „GŁOSU ORNONTOWIC”



Większość respondentów (92 osoby) stwierdziła, że w „Głosie Ornontowic” niczego nie jest za dużo. Według dwojga za dużo jest reklam, dla jednego sportu a dwie osoby wymieniły inne tematyki. Za mało jest według 8 osób ciekawych materiałów, według 7 rozrywki (krzyżówek humoru itd.) według 1 sportu. Dla 82 osób niczego nie jest za mało. 91 osób niczego by nie zmieniało w piśmie, dwie zamieszczałyby więcej rozrywki, dwie sprawiłyby, by pismo było ciekawsze, dwie zwiększyłyby jego objętość a jedna zamieszczała więcej konkretnych informacji.

Respondenci ufają informacjom, zamieszczanym na łamach pisma. 50 osób deklaruje zupełne zaufanie a 48 osób ufa średnio. Wszyscy ankietowani są przekonani, że pismo nikogo nie faworyzuje ani nie zwalcza, jedna osoba uważa, że pismo jest zależne od władz gminy.

Dla 46 osób obraz rzeczywistości, przedstawiany na łamach „Głosu Ornontowic”, jest raczej zgodny ze stanem faktycznym, dla 37 – całkowicie zgodny a 15 ankietowanych nie ma zdania na ten temat. 97 osób uważa, że pismo jest potrzebne mieszkańcom Ornontowic, jednej jest obojętne, czy pismo się ukazuje.

SPOŁECZNY ODBIÓR „GŁOSU ORNONTOWIC” - WYNIKI BADAŃ INTERNETOWYCH

W internetowym badaniu odbioru „Głosu Ornontowic” wzięło udział 39 osób, w tym 16 kobiet i 23 mężczyzn. Struktura wiekowa próby przedstawia się następująco:

Strona | 309

- 13-14 lat – 2 osoby;
- 15-19 lat – 14 osób;
- 20-24 lata – 9 osób;
- 25-29 lat – 9 osób;
- 30-34 lata – 3 osoby;
- 40-44 lata – 1 osoba;
- 50-59 lat – 1 osoba.

Wśród internautów, którzy wzięli udział w badaniu, 8 legitymowało się wykształceniem podstawowym, 2 zasadniczym zawodowym, 18 średnim a 11 wyższym.

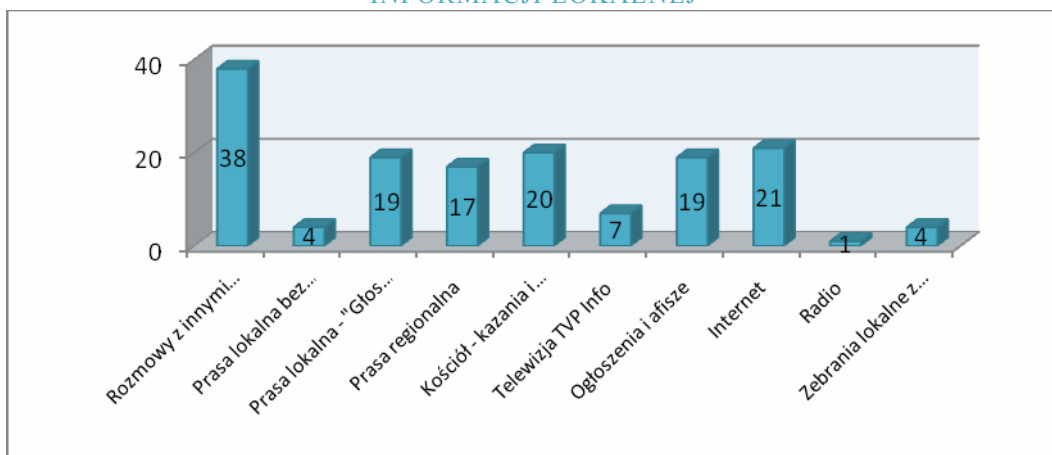
Spośród 39 badanych osób 30 mieszka w Ornontowicach od urodzenia, 7 od 20 lat lub dłużej a 2 od 5 lat. 23 czują się bardzo mocno związane z miejscowością, 7 mocno, 5 średnio a 4 słabo. Bardzo duże zainteresowanie kwestiami lokalnymi zadeklarowało 8 osób, duże 13, średnie 15, 2 osoby prawie wcale nie interesują się tym, co się dzieje w ich najbliższym otoczeniu a 1 wcale. Jeżeli chodzi o poczucie poinformowania na temat wydarzeń lokalnych, to 4 respondentów czuje się poinformowanych bardzo dobrze, 19 dobrze, 10 średnio, 4 słabo a 2 bardzo słabo.

Wnioski na temat zależności pomiędzy poszczególnymi wymiarami, będącymi przedmiotem badań, nie do końca odzwierciedlają opinię ogółu danej społeczności, jednak można dostrzec tendencję, że osoby zamieszkujące w Ornontowicach dłużej deklarują również większy związek z miejscowością (tabela 51). Tylko osoby zamieszkałe w gminie od urodzenia deklarują bardzo mocne zainteresowanie sprawami lokalnymi (tabela 52). Respondenci, nie związani albo słabo związani z Ornontowicami prawie wcale nie interesują się

życiem lokalnym, natomiast związane bardzo mocno i mocno z gminą wykazują bardzo duże lub duże zainteresowanie tą tematyką (tabela 53).

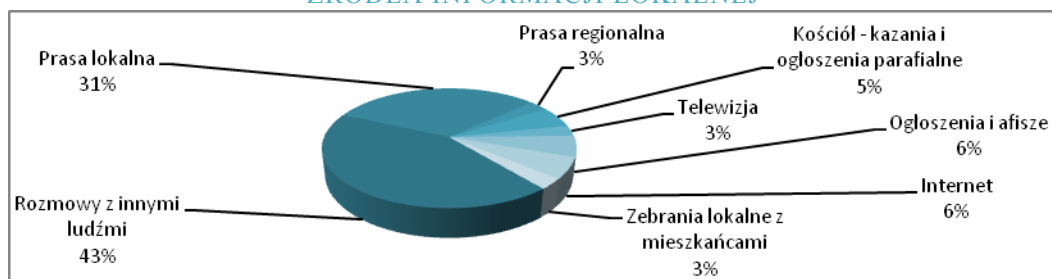
Źródła informacji lokalnej, jakie wskazywali internauci z Ornontowic, to przede wszystkim rozmowy z innymi ludźmi (38), prasa lokalna (23, w tym 19 ze wskazaniem „Głosu Ornontowic”), Internet (21), kazania i ogłoszenia parafialne (20) oraz ogłoszenia i afisze (19).

WYKRES 221 ORNONTOWICE, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Za najważniejsze źródła informacji lokalnej uznano rozmowy z innymi ludźmi (43% odpowiedzi) oraz prasę lokalną (31%). Największe znaczenie ma prasa lokalna dla osób w wieku 13 – 19 lat, w pozostałych grupach to rozmowy z innymi ludźmi są najważniejszym źródłem informacji o tym, co się dzieje w Ornontowicach (tabela 54).

WYKRES 222 – ORNONTOWICE, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ

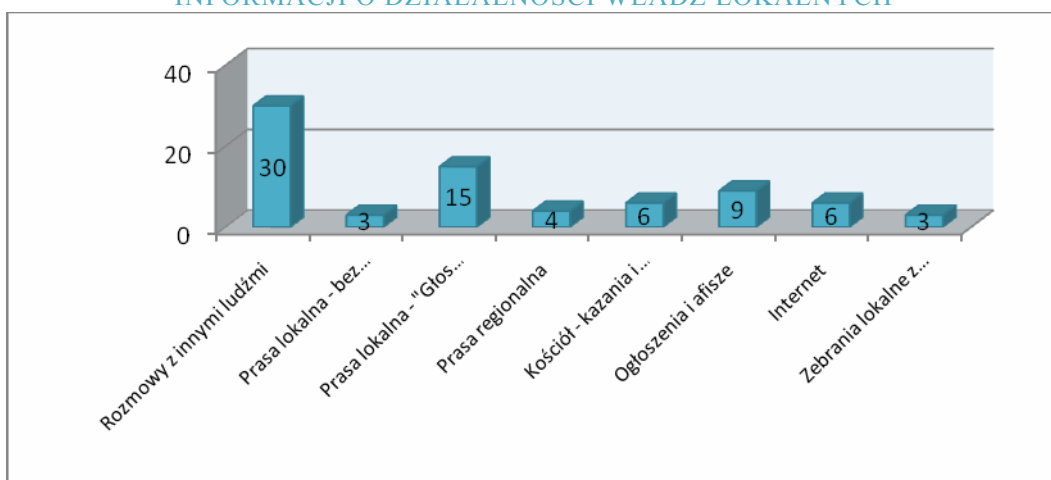


Bardzo duże zainteresowanie kwestiami działalności lokalnych władz zadeklarowały 3 osoby, duże 8, 19 zainteresowanych jest średnio, 4 słabo a 5 w ogóle. 3 respondentów czuje się bardzo dobrze poinformowanych o poczynaniach samorządowców, 6 dobrze, 14 średnio, 10 słabo a 6 bardzo słabo. Nazwisko wójta gminy były w stanie podać 34 osoby, przewodniczącego Rady Gminy 24, księdza

proboszcza 35 a kierownika Domu Kultury – 11. 18 ornontowiczian zadeklarowało, że zawsze bierze udział w wyborach samorządowych, 4 prawie zawsze, 2 rzadko, 4 prawie nigdy a 11 nigdy.

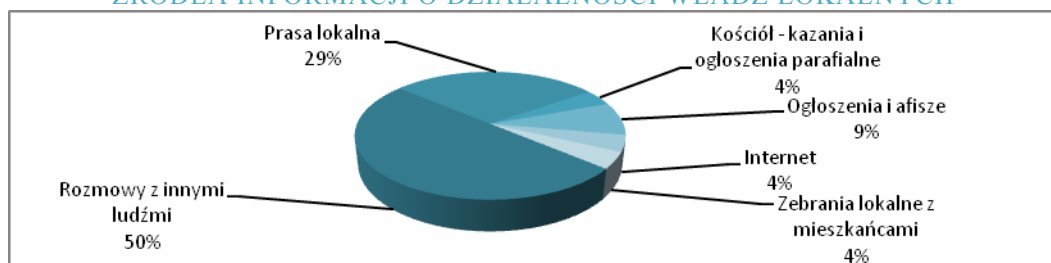
Źródła informacji o działalności lokalnych władz, wskazywane przez respondentów, to rozmowy z innymi ludźmi (30) oraz prasa lokalna (18, w tym 15 ze wskazaniem „Głosu Ornontowic”).

WYKRES 223 – ORNONTOWICE, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Za najważniejsze źródła o działalności samorządowców uznano znowu rozmowy z innymi ludźmi (połowa odpowiedzi) oraz prasę lokalną (30%) odpowiedzi. Ważne okazały się też ogłoszenia i afisze (9%), pozostałe źródła (kazania i ogłoszenia parafialne, Internet i zebrania lokalne z mieszkańcami) uzyskały po 4% odpowiedzi.

WYKRES 224 – ORNONTOWICE, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Całkowite poparcie dla działalności obecnych władz lokalnych w Ornontowicach zadeklarowało 5 internautów, większość decyzji popiera 18 osób, nieliczne decyzje 9, jedna osoba nie popiera władz wcale a 6 nie ma na ten temat zdania, przy czym osoby popierające samorządowców zawsze biorą udział w wyborach lokalnych, natomiast nie mające zdania na ten temat – nigdy albo prawie nigdy (tabela 55).

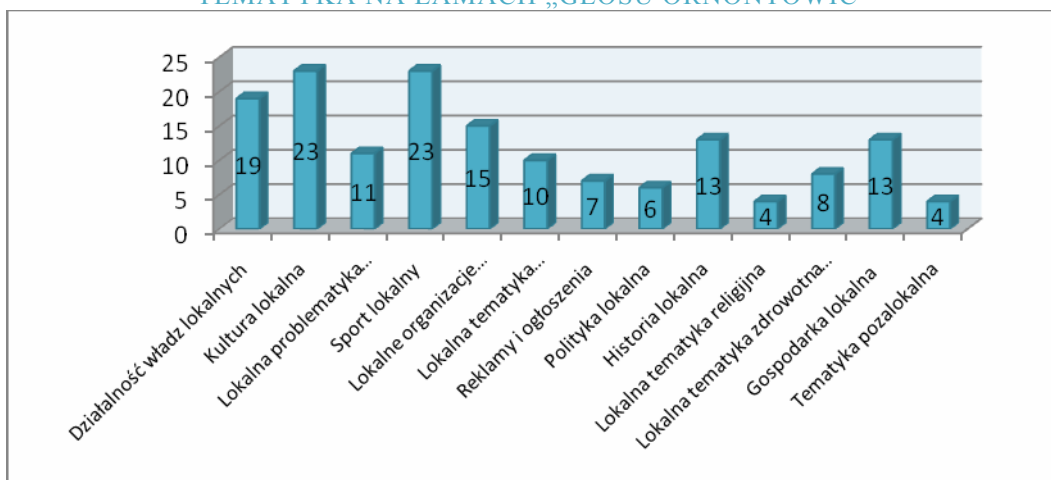
Z 39 osób, jakie wzięły udział w sondażu internetowym, 34 (89,5%) czytają „Głos Ornontowic”, z czego 52,9% czyta stale, 23,5% od czasu do czasu i tyle samo sporadycznie. 44% czytających pismo nie pamięta, od kiedy to robi, 38,2% czyta pismo od powstania, 8,8% od 5 lat, 5,8% od 2 lat a 2,9% (1 osoba) od roku. Wśród internautów chętniej „Głos Ornontowic” czytają kobiety, więcej z nich również deklaruje stałe czytelnictwo pisma (tabela 56). Osoby nie czytające pisma w ogóle to respondenci w wieku 15-24 lat, sporadyczne czytelnictwo deklarują tylko osoby w wieku 15-29 lat, w pozostałych grupach wiekowych mamy do czynienia ze stałym lub względnie stałym czytelnictwem (tabela 57). Wykształcenie różnicuje czytelnictwo magazynu pod tym względem, że internauci z wykształceniem zasadniczym zawodowym nie czytają go wcale (tabela 58). Osoby popierające działalność władz w gminie chętniej czytają periodyk, niż osoby nie mające zdania na temat władz, które w większości nie czytają go wcale (tabela 59). Dostrzegalna jest również zależność pomiędzy poczuciem związku z miejscowością a czytelnictwem pisma, ponieważ osoby nie związane z nią wcale nie czytają w ogóle albo czytają sporadycznie, natomiast respondenci bardzo mocno związani w większości czytają pismo regularnie (tabela 60).

Główne powody, dla jakich internauci czytają „Głos Ornontowic” to poszukiwanie informacji lokalnej (61,8% - 21 osób), z ciekawości czyta pismo 5,9% (2 osoby). Poszukiwanie rozrywki i ciekawa szata graficzna to powody, jakie wymienia jedna osoba (po 2,9%), natomiast 26,5% (9 osób) w ogóle nie wskazuje żadnego powodu czytania pisma.

Tematyka, jaka respondentów interesuje szczególnie w piśmie, to kultura i sport lokalny – po 23 odpowiedzi (67,6%), działalność władz lokalnych – 19 (55,8%) oraz lokalne organizacje społeczne i grupy zawodowe - 15 (44,1%). Najmniejszym zainteresowaniem cieszy się lokalna tematyka religijna i tematyka pozalokalna – po 4 odpowiedzi (11,7%). Respondenci twierdzą, że za dużo w piśmie jest reklam i relacjonowania działalności władz - po 3 odpowiedzi (8,8%) oraz ogłoszeń urzędowych i stroniczości – po 1 osobie (2,9%). Za mało jest konkretnych informacji, relacji z życia kulturalnego i społecznego – po 3 odpowiedzi (8,8%) oraz zdjęć – 2 odpowiedzi (5,8%). 6 respondentów (17,6%) uważa, że należy zwiększyć objętość pisma, 3 (8,8%) – że zamieszczać więcej

konkretnych informacji, po jednej odpowiedzi (2,9%) stwierdziło, że należy uczynić pismo ciekawszym, zobiektywizować je, poprawić szatę graficzną oraz zamieszczać mniej reklam.

WYKRES 225 – ORNONTOWICE, BADANIE INTERNETOWE, PREFEROWANA TEMATYKA NA ŁAMACH „GŁOSU ORNONTOWIC”



Większość osób, czytających „Głos Ornontowic” ufa średnio informacjom zamieszczanym na jego łamach (67,6%), w zupełności ufa im 29,4% a 2,9% raczej nie ufa. 79,4% uważa, że pismo na swoich łamach nikogo nie faworyzuje (taka sama ilość osób twierdzi, że pismo jest niezależne), natomiast 20,6% twierdzi, że faworyzuje się w nim władze lokalne, od których pismo zależy. Jedna osoba (2,9%) jest zdania, że w piśmie zwalcza się niezależne opinie.

11 internautów (23,3%) stwierdziło, że obraz rzeczywistości, prezentowany na łamach „Głosu Ornontowic”, jest raczej zgodny ze stanem faktycznym a 7 (20,6%), że jest całkowicie zgodny. Dla 3 osób (8,8%) obraz ten jest wyidealizowany a 11 (38,2%) nie ma na ten temat zdania. Większość (25 osób – 73,5%) uważa, że pismo jest potrzebne mieszkańcom Ornontowic, po 3 osoby (8,8%) uznały, że pismo musiałoby się zmienić, aby być potrzebne, że jest bardziej potrzebne władzom niż mieszkańcom gminy oraz że jest im obojętne, czy „Głos Ornontowic” się ukazuje.

WYNIKI BADAŃ SPOŁECZNEGO ODBIORU „RACJI GMINNYCH”

SPOŁECZNY ODBIÓR „RACJI GMINNYCH” – BADANIA ANKIETOWE

W badaniach kwestionariuszowych nad społecznym odbiorem „Racji Gminnych” wzięło udział 100 mieszkańców Gminy Pawłowice, w tym 51 kobiet i 49 mężczyzn. Struktura wiekowa badanej próby przedstawia się następująco:

- 13-14 lat – 8 osób;
- 15-19 lat – 9 osób;
- 20-24 lata – 14 osób;
- 25-29 lat – 8 osób;
- 30-34 lata – 8 osób;
- 35-39 lat – 9 osób;
- 40-44 lata – 14 osób;
- 45-49 lat – 8 osób;
- 50-59 lat – 9 osób;
- 60-64 lata – 3 osoby;
- 65-69 lat – 4 osoby;
- 70-79 lat – 5 osób;
- 80-89 lat – 1 osoba.

Wśród ankietowanych 27 osób legitymowało się wykształceniem podstawowym, 34 zasadniczym zawodowym, 32 średnim a 7 wyższym. Struktura próby odpowiada strukturze ludności zamieszkującej gminę Pawłowice.

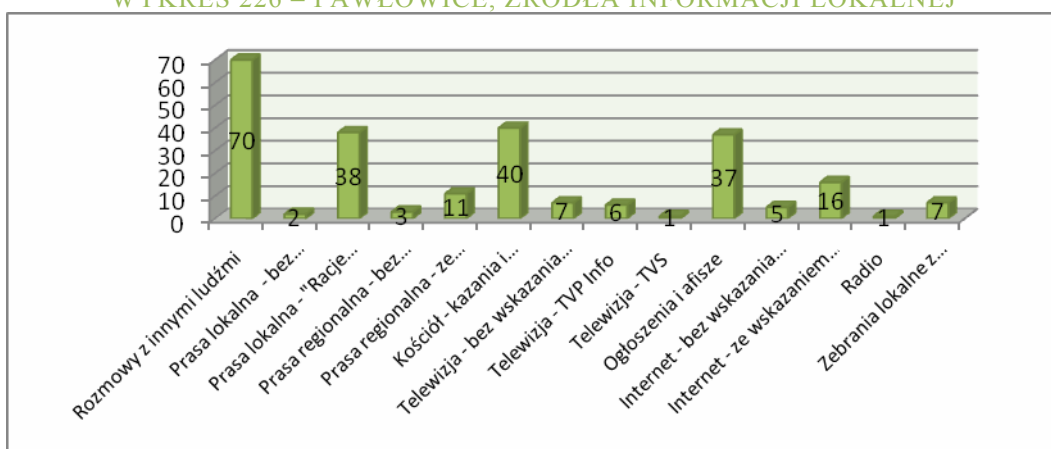
43 spośród 100 badanych osób mieszka w Pawłowicach od urodzenia, 48 od 20 lat lub dłużej, 6 od 10 lat a 9 od roku. 23 spośród nich czują się bardzo mocno związane z gminą, 33 mocno, 34 średnio, 8 słabo a 2 wcale. Tylko 9 osób zadeklarowało bardzo mocne zainteresowanie życiem lokalnym gminy, 22 mocne, 44 średnie, 21 słabe a 4 osoby nie interesują się nim wcale. 6 osób czuje się bardzo dobrze poinformowanych o wydarzeniach w najbliższym otoczeniu, 22 dobrze, 39 średnio, 25 prawie wcale a 8 osób twierdzi, że w ogóle nie czują się poinformowane.

Poczucie związku z gminą jest w pewien sposób uwarunkowane długością okresu zamieszkania w niej – osoby mieszkające w niej najkrócej w ogóle nie deklarują bardzo mocnego związku, który występuje wśród części respondentów mieszkających w Pawłowicach od urodzenia bądź dłużej niż 20 lat (tabela 61). Podobna zależność jest widoczna pomiędzy długością zamieszkania a

zainteresowaniem życiem lokalnym, choć osobom mieszkającym najdłużej również zdarza się słabe zainteresowanie lub jego zupełny brak (tabela 62). Zdecydowanie widoczna jest natomiast zależność pomiędzy poczuciem związku z miejscowością a zainteresowaniem życiem lokalnym (tabela 63).

Źródła, z jakich mieszkańcy gminy Pawłowice czerpią informacje na temat wydarzeń lokalnych, to, przede wszystkim, rozmowy z innymi ludźmi (70 odpowiedzi), prasa lokalna (40, w tym 38 ze wskazaniem na „Racje Gminne”), kazania i ogłoszenia parafialne (40) oraz ogłoszenia i afisze (37 wskazań).

WYKRES 226 – PAWŁOWICE, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Za najważniejsze źródła informacji o gminie Pawłowice respondenci uznali rozmowy z innymi ludźmi (32 odpowiedzi) oraz prasę lokalną (21). Wiek nie różnicuje preferowanego źródła informacji lokalnej – niemal we wszystkich grupach wiekowych respondenci równie często wskazywali na rozmowy z innymi ludźmi i prasę lokalną (tabela 64).

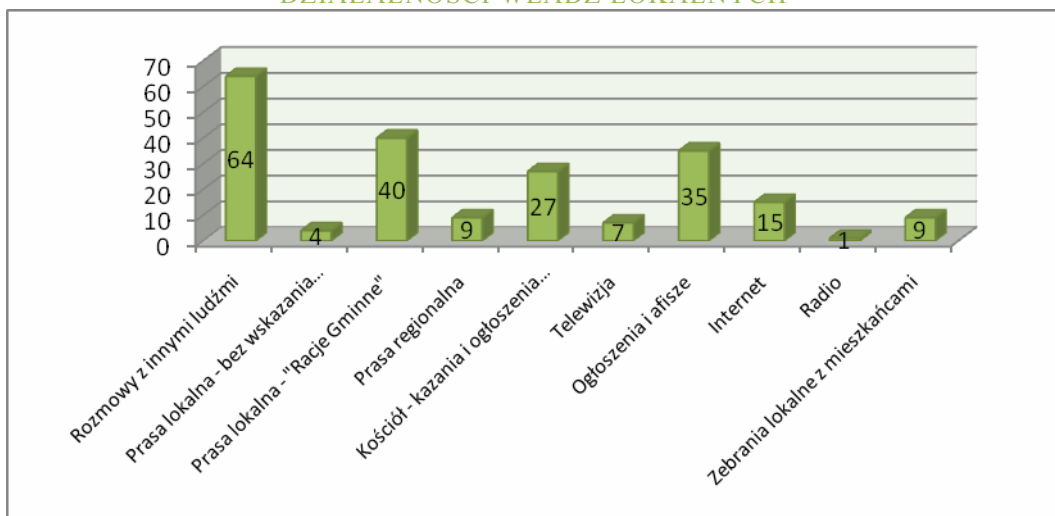
WYKRES 227 – PAWŁOWICE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Bardzo wysoki stopień zainteresowania działalnością lokalnych władz zadeklarował 4 respondentów, wysoki – 19, 30 osób jest zainteresowanych średnio, tyle samo osób słabo a 17 nie interesuje się wcale decyzjami i działaniami samorządowców. 4 osoby czują się bardzo dobrze poinformowane w tej kwestii, 16 dobrze, 25 średnio, 34 słabo a 21 wcale. 70 osób jest w stanie wymienić nazwisko wójta gminy, 35 przewodniczącego Rady Gminy, 76 proboszcza swojej parafii a 26 kierownika Domu Kultury. Zawsze w wyborach samorządowych uczestniczą 23 osoby, prawie zawsze 18, rzadko 20, prawie nigdy 8 a nigdy 31.

Źródła, z jakich pawłowiczanie czerpią informacje na temat działalności władz, to rozmowy z innymi ludźmi (64 wskazania), prasa lokalna (44 odpowiedzi, w tym 40 wskazań na „Racje Gminne”), ogłoszenia i afisze (35) oraz kazania i ogłoszenia parafialne (27).

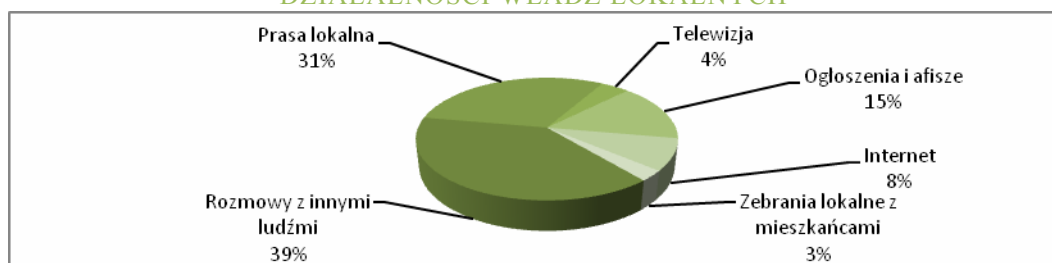
WYKRES 228 – PAWŁOWICE, ŹRÓDŁA INFORMACJI NA TEMAT DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Za najważniejsze źródła informacji o działalności samorządowców uznano znowu rozmowy z innymi ludźmi (39%) oraz prasę lokalną (31%), przy czym

przewaga rozmów z innymi ludźmi nie jest już tak znacząca. Ważne okazały się też ogłoszenia i afisze (15%).

WYKRES 229 – PAWŁOWICE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



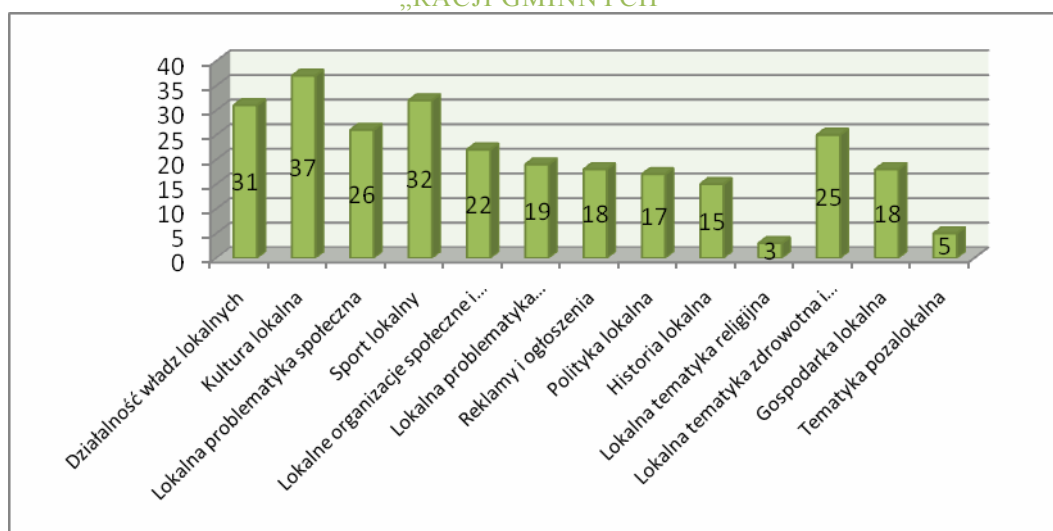
12 respondentów z Pawłowic popiera w zupełności działalność lokalnych władz, 41 osób popiera większość decyzji, 14 nieliczne decyzje, jedna osoba nie popiera władz wcale a 32 badanych nie ma zdania na temat ich działalności. Poparcie dla władz jest słabo zależne od częstotliwości udziału w wyborach samorządowych. Co prawda, wśród popierających władze bezkrytycznie są głównie osoby biorące udział w wyborach, jednak wśród osób nie mających zdania na ich temat tylko połowa nie głosuje wcale (tabela 65).

Czytelnictwo „Racji Gminnych” deklaruje 68 spośród 100 respondentów z Pawłowic. W tej grupie 24 osoby (35,3%) czytają pismo stale, 26 (38,2%) od czasu do czasu a 18 (26,5%) sporadycznie. Od powstania czyta pismo 25 osób (36,7%), od 5 lat 6 (8,8%), 31 osób (45,6%) nie pamięta, od kiedy czyta.

Brak jest wyraźnej zależności pomiędzy płcią respondentów a czytelnictwem „Racji Gminnych” (tabela 66). Najwięcej czytelników pismo ma wśród osób mających od 15 do 49 lat, natomiast największy odsetek stałego czytelnictwa obserwujemy wśród osób w wieku 30-44 lat (tabela 67). Najwięcej osób nie czytających pisma legitymuje się wykształceniem podstawowym lub zasadniczym zawodowym (tabela 68). Osoby popierające działalność lokalnych władz chętniej czytają pismo niż respondenci, którzy nie mają na ten temat zdania, nie popierają władz wcale albo popierają tylko nieliczne decyzje (tabela 69). Widoczna jest też zależność pomiędzy poczuciem związku z gminą a czytelnictwem pisma – osoby nie związane bądź związane słabo nie czytają raczej „Racji Gminnych” a wśród osób związanych bardzo mocno lub mocno odsetek czytających jest największy (tabela 70).

Powody, dla jakich respondenci czytają „Racje Gminne” to dla 37 osób (54,4%) poszukiwanie informacji lokalnych, 5 osób (7,3%) czyta z ciekawości, 4 (5,8%) dla rozrywki a 22 osoby (32,3%) w ogóle nie podaje powodu, dla którego czyta pismo. Najbardziej popularną tematyką w „Racjach Gminnych” jest kultura lokalna – 37 odpowiedzi (54,4%), sport lokalny – 32 (47%) oraz działalność władz lokalnych – 31 (45,5%). Najmniej interesuje respondentów tematyka religijna – 3 (4,4%) oraz pozalokalna – 5 (7,3%).

WYKRES 230 – PAWŁOWICE, PREFEROWANA TEMATYKA NA ŁAMACH „RACJI GMINNYCH”



54 respondentów (79,4% czytających pismo) uważa, że w „Racjach Gminnych” niczego nie jest za dużo. 6 osób (8,8%) uznało, że za dużo w piśmie jest reklam, również 6 jest zdania, że relacjonowania działalności władz. 1 osoba (1,4%) stwierdziła, że za dużo jest stronniczości. Za mało, według 6 osób (8,8%), jest konkretnych informacji, według 5 (7,3%), sportu, po 2 osoby (2,9%) udzieliły odpowiedzi, że zdjęć i materiałów o tematyce religijnej, a odpowiedzi udzielane przez jednostki to: ciekawych materiałów, tematyki kulturalnej i społecznej. Proponowane przez respondentów zmiany w piśmie, to: większa obiektywność, ciekawsza szata graficzna i zmieniony skład redakcji (po 2 osoby – 2,9%) oraz dodanie materiałów rozrywkowych, zwiększenie objętości i zmniejszenie ceny (po 1 osobie – 1,4%).

„Racjom Gminnym” w zupełności ufają 24 osoby (35,3%), średnio ufa 40 osób (58,8%) a raczej nie ufają 4 osoby (5,8%). 7 osób (10,3%) uważa, że pismo na swoich łamach faworyzuje władze lokalne, jedna twierdzi – że lokalnych działaczy społecznych. 2 osoby stwierdziły, że na łamach „Racji Gminnych”

zwalcza się opozycję obecnych władz w Pawłowicach. Dla 8 osób (11,7%) pismo jest zależne od władz lokalnych, dla pozostałych 60 – niezależne.

24 osoby (35,2% czytających) uważają, że obraz rzeczywistości, przedstawiany na łamach „Racji Gminnych” jest raczej zgodny ze stanem faktycznym, 17 (25%) uważa, że jest on całkowicie zgodny, według 7 (10,3%) pismo idealizuje rzeczywistość a 20 czytelników (29,4%) nie ma zdania na ten temat. Gazeta jest potrzebna mieszkańcom Pawłowic zdaniem 49 respondentów (72%), 8 (11,7%) twierdzi, że musiałaby się zmienić, aby być potrzebna, 4 osoby (5,9%) uważają, że pismo jest bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom gminy, 1, że jest w ogóle niepotrzebne a 6 (8,8) jest obojętne, czy się ono ukazuje.

Strona | 319

SPÓŁECZNY ODBIÓR „RACJI GMINNYCH” – WYNIKI BADAŃ INTERNETOWYCH

W internetowym badaniu społecznego odbioru „Racji Gminnych” wzięło udział 77 internautów zamieszkałych w gminie Pawłowice, w tym 39 kobiet i 38 mężczyzn. Struktura wiekowa próby przedstawia się następująco:

- 15-19 lat – 23 osoby;
- 20-24 lata – 30 osób;
- 25-29 lat – 17 osób;
- 30-34 lata – 3 osoby;
- 35-39 lat - 2 osoby;
- 40-44 lata – 1 osoba;
- 45-49 lat – 1 osoba.

W grupie badanej znalazło się 13 osób z wykształceniem podstawowym, 2 z zasadniczym zawodowym, 36 z wykształceniem średnim i 26 z wyższym.

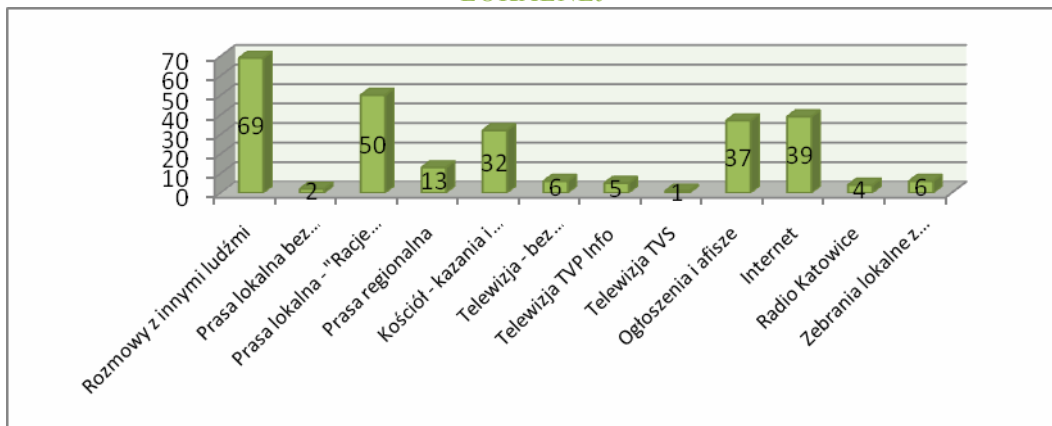
Od urodzenia w gminie Pawłowice mieszka 50 respondentów (64,9%), od 20 lat lub dłużej 19 (24,6%) a od 10 lat – 8 (10,4%). 30 ankietowanych (38,9%) czuje się bardzo mocno związanych z miejscem zamieszkania, 25 (32,5%) mocno, 19 (24,6%) średnio a 3 (3,9%) słabo. Bardzo wysokie zainteresowanie wydarzeniami lokalnymi zadeklarowało 10 osób (13%), wysokie 25 (32,5%), średnie 31 (40,25%), słabe 10 (13%) a bardzo słabe 1 osoba. Zapytani o stopień poinformowania na temat wydarzeń lokalnych, respondenci w 6 przypadkach

(7,8%) odpowiedzieli, że czują się poinformowani bardzo dobrze, w 30 (38,9%) dobrze, w 26 (33,8%) średnio, w 9 (11,7%) słabo a w 6 (7,8%) bardzo słabo.

Poczucie związania z gminą nie jest zależne od czasu zamieszkania w niej. Paradoksalnie, największy odsetek związanych bardzo mocno występuje w grupie osób mieszkających w Pawłowicach najkrócej. Nie znaczy to jednak, że występuje liniowa zależność pomiędzy tymi dwoma czynnikami (tabela 71). Od długości zamieszkania nie zależy też stopień zainteresowania życiem lokalnym (tabela 72). Można natomiast stwierdzić związek pomiędzy poczuciem związku z miejscowością a stopniem zainteresowania życiem lokalnym – osoby mocno lub bardzo mocno związane z Pawłowicami wykazują największe zainteresowanie wydarzeniami w gminie (tabela 73).

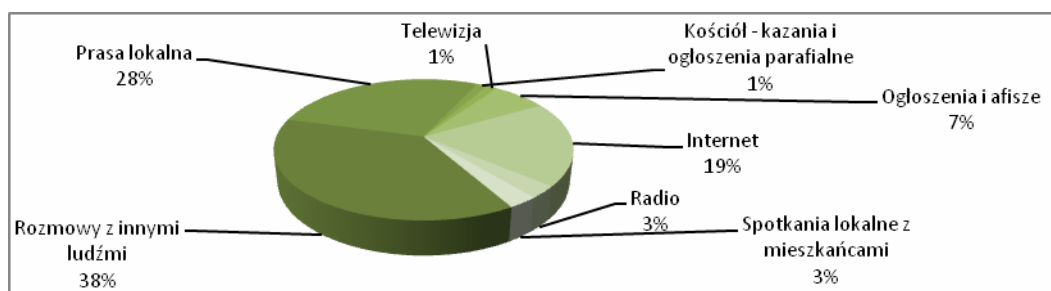
Źródła informacji lokalnej, jakie wskazali w badaniu internauci z Pawłowic to rozmowy z innymi ludźmi (69), prasa lokalna (52, w tym 50 ze wskazaniem „Racji Gminnych”), Internet (39) oraz ogłoszenia i afisze (37).

WYKRES 231 – PAWŁOWICE, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Za najważniejsze źródła informacji o życiu Pawłowic internauci uznali rozmowy z innymi ludźmi (38%), prasę lokalną (28%) oraz Internet (19%). W zasadzie, trudno wskazać zależności pomiędzy wiekiem a preferowanym źródłem informacji lokalnej poza faktem, że osoby w wieku 15-24 lat wybrały rozmowy z innymi ludźmi, w pozostałych grupach wiekowych, ze względu na niewielką ilość respondentów, nie można wnioskować o zależnościach (tabela 74).

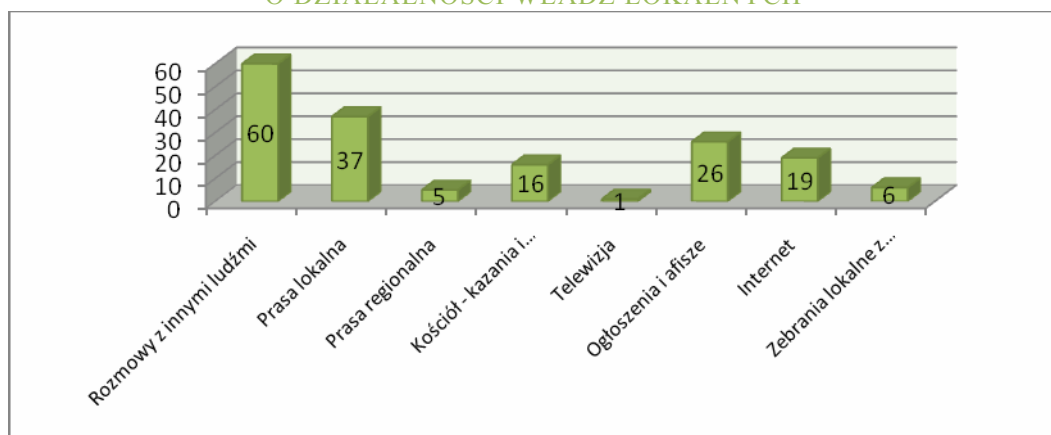
WYKRES 232 – PAWŁOWICE, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Pawłowiczanie, biorący udział w internetowym badaniu społecznego odbioru „Racji Gminnych”, w 9% interesują się bardzo mocno działalnością lokalnych władz, w 22% mocno, w 36,4% średnio, 19,5% respondentów prawie wcale nie interesuje się działaniami samorządowców a 13% wcale. 2 osoby (2,6%) czują się bardzo dobrze poinformowane o decyzjach i działaniach władz, 26% dobrze, 19,5% średnio, 33,8% twierdzi, że czują się słabo poinformowani, zaś 18,2% bardzo słabo. Zdecydowana większość jest w stanie wymienić nazwisko wójta gminy (81,8%), ponad połowa (57,1%) zna też nazwisko przewodniczącego Rady Gminy. 84,4% ankietowanych potrafi podać nazwisko proboszcza swojej parafii a kierownika Domu Kultury – 35%. Uczestnictwo w każdych wyborach samorządowych zadeklarowało 37,6% internautów z Pawłowic, w prawie każdych 22%, rzadko głosuje 9%, prawie nigdy 7,8% a nigdy 23,4%.

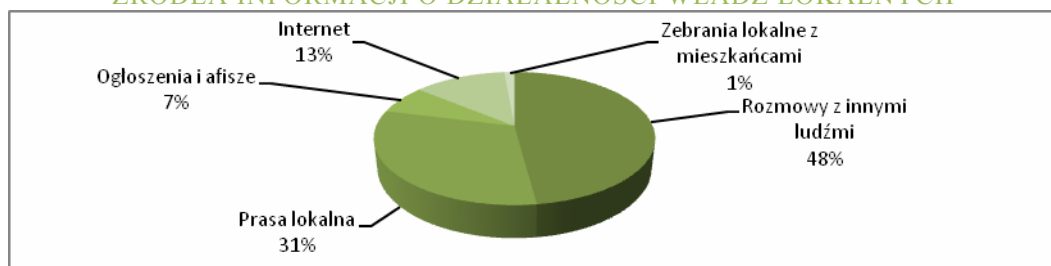
Informacje na temat działalności lokalnych władz internauci czerpią z takich źródeł, jak rozmowy z innymi ludźmi (77,9%), prasa lokalna (48%), ogłoszenia i afisze (33,7%) oraz Internet (24,7%).

WYKRES 233 – PAWŁOWICE, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Najchętniej w poszukiwaniu informacji o działalności władz lokalnych respondenci sięgają do rozmów z innymi ludźmi (48%), prasy lokalnej (31%) oraz Internetu (13%).

WYKRES 234 PAWŁOWICE, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



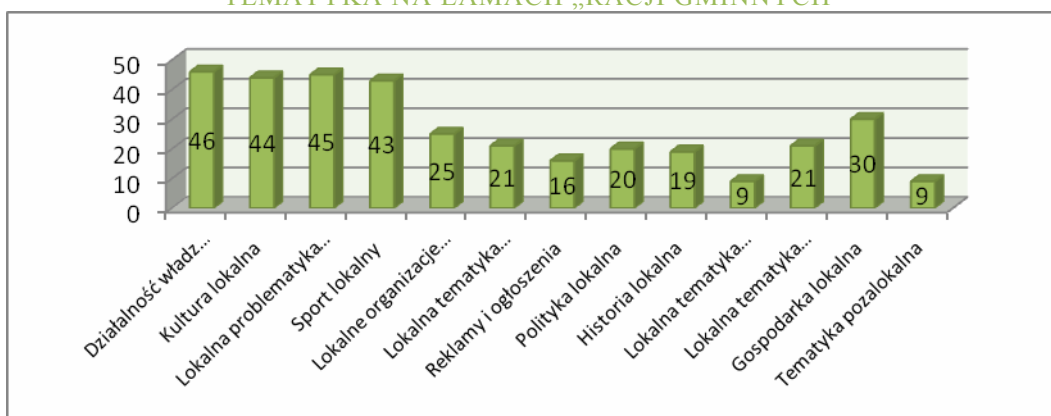
Władze gminy Pawłowice cieszą się całkowitym poparciem 24,7% respondentów, większość decyzji popiera 48% ankietowanych, 14,3% popiera nieliczne decyzje, w ogóle nie popiera władz 2,6% a 10,3% nie ma zdania na ten temat. Osoby popierające władze (w jakimkolwiek stopniu), to respondenci zawsze lub prawie zawsze głosujące w wyborach samorządowych, natomiast ci, którzy deklarują, że nigdy czy prawie nigdy nie chodzą na wybory, częściej deklarują brak poparcia lub zainteresowania działalnością władz (tabela 75).

W badaniu internetowym 96% respondentów zadeklarowało czytelnictwo „Racji Gminnych”, przy czym w grupie 74 osób, czytających to pismo, 37,8% robi to regularnie, 31,2% czyta od czasu do czasu a 29,7% sporadycznie. Ponad połowa (52%) nie pamięta, od kiedy czyta „Racje Gminne”, 28,4% czyta je od powstania, 14,8% od 5 lat a 3,9% od 2 lat. Stałe czytelnictwo pisma deklaruje większy odsetek mężczyzn, kobiety częściej nie czytają w ogóle albo czytają sporadycznie (tabela 76). Nie występuje wyraźna zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem periodyku (tabela 77) ani między wykształceniem a czytelnictwem (tabela 78). Chętniej i częściej „Racje Gminne” czytają osoby popierające działalność władz lokalnych, rzadziej – respondenci nie mający zdania na temat władz lub nie popierające ich działalności (tabela 79). Dostrzegalna jest też zależność pomiędzy poczuciem związku z Pawłowicami a czytelnictwem pisma – osoby słabo związane z gminą czytają je sporadycznie a mocno lub bardzo mocno – raczej stale lub od czasu do czasu (tabela 80).

„Racje Gminne” są czytane głównie ze względu na zamieszczanie informacji lokalnych (70%), z ciekawości czyta je 9,5% respondentów, dla

rozrywki – 6,7%. Powody, dla których jeszcze mieszkańcy Pawłowic sięgają po to pismo to przypadek, fakt, że pismo jest wydawane właśnie dla nich i że jest tanie (po 1,3% odpowiedzi). Najbardziej popularna tematyka w piśmie, to, według internautów, działalność władz lokalnych (62%), lokalna tematyka społeczna (60,8%), kultura lokalna (59,5%) i sport lokalny (58%). Najmniejszym zainteresowaniem cieszy się tematyka religijna i pozalokalna (po 12,1%).

WYKRES 235 – PAWŁOWICE, BADANIE INTERNETOWE, PREFEROWANA TEMATYKA NA ŁAMACH „RACJI GMINNYCH”



Zapytani, czego jest za dużo w „Racjach Gminnych”, ankietowani odpowiedzieli, że reklam (16,2%), relacjonowania działalności władz (8%), gospodarki (5,4%) oraz sportu i stroniczości (po 1,3%). Za mało jest konkretnych informacji (13,5%), wiadomości z życia społecznego (10,8%), działalności władz lokalnych (6,7%), ciekawych materiałów i zdjęć (po 5,4%), sportu i kultury (4%) oraz rozrywki i informacji o działalności organizacji społecznych (1,3%). Według badanych, w piśmie należy zamieszczać więcej konkretnych informacji (9,5%), sprawić, aby było ciekawsze, zobiektywizować je i zmienić skład redakcji (po 5,4%), zmniejszyć cenę (4%) oraz poprawić szatę graficzną (2,7%).

Informacjom zamieszczanym na łamach pisma 31% badanych ufa w zupełności, 60,8% ufa średnio, raczej nie ufa 6,7% a zupełnie nie ufa 1,3%. 16,2% respondentów jest zdania, że na łamach pisma faworyzuje się władze lokalne, zdaniem 2,7% zwalcza się w nim niezależne opinie. 18,9% ankietowanych twierdzi, że pismo jest zależne od władz lokalnych.

Obraz rzeczywistości, prezentowany na łamach „Racji Gminnych” jest raczej zgodny ze stanem faktycznym według 43,2% badanych a według 27% jest całkowicie zgodny. 14,8% uważa, że pismo idealizuje rzeczywistość, taka sama

ilość respondentów nie ma zdania na ten temat. Zdecydowana większość (58%) jest zdania, że pismo jest potrzebne mieszkańcom Pawłowic, 20,3% wyraża przekonanie, że gazeta musiałaby się zmienić, żeby być potrzebna a 9,5% - że jest bardziej potrzebna władzom, niż mieszkańcom gminy. 12,2% jest obojętne, czy „Racje Gminne” się ukazują.

WYNIKI BADAŃ SPOŁECZNEGO ODBIORU „KURIERA MIEJSKIEGO”

Strona | 325

SPOŁECZNY ODBIÓR „KURIERA MIEJSKIEGO” – WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

W badaniu społecznego odbioru „Kuriera Miejskiego” wzięło udział 100 mieszkańców Sosnowca – 53 kobiety i 47 mężczyzn. Byli to respondenci w wieku:

- 13-14 lat – 4 osoby;
- 15-19 lat – 6 osób;
- 20-24 lata – 12 osób;
- 25-29 lat – 9 osób;
- 30-34 lata – 7 osób;
- 35-39 lat – 6 osób;
- 40-44 lata – 9 osób;
- 45-49 lat – 11 osób;
- 50-59 lat – 16 osób;
- 60-64 lata – 6 osób;
- 65-69 lat – 5 osób;
- 70-79 lat – 7 osób;
- 80-89 lat – 2 osoby.

Wykształcenie podstawowe posiadało 24 respondentów, zasadnicze zawodowe 26, średnie 39 a wyższe 11. Struktura próby odpowiada demograficznemu przekrojowi populacji Sosnowca.

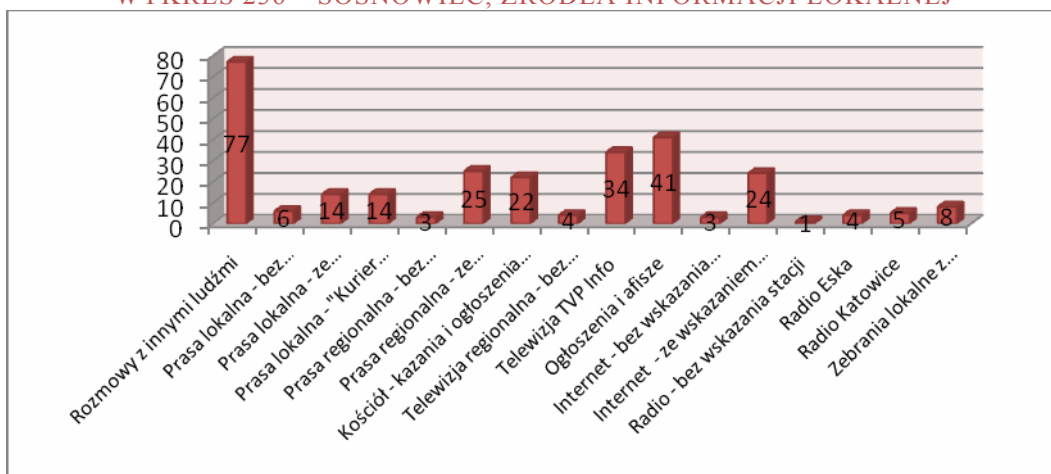
Spośród badanych 100 respondentów 56 mieszka w Sosnowcu od urodzenia, 36 od co najmniej 20 lat, 7 osób od 10 lat a 1 od roku. Bardzo mocno związanych z miejscem zamieszkania czuje się 40 osób, 23 czują się związane bardzo, również 23 średnio, 11 deklaruje słaby związek z miastem a 3 bardzo słaby. Bardzo duże zainteresowanie życiem lokalnym Sosnowca jest właściwe 9 osobom, duże 34, średnie 29, słabe 11 a bardzo słabe 17. Tylko 2 osoby czują się

bardzo dobrze poinformowane o sprawach lokalnych, 13 czuje się dobrze poinformowanych, 39 średnio, 30 słabo a 16 bardzo słabo.

Osoby zamieszkujące w mieście od urodzenia czują się z nim najmocniej związane, natomiast respondenci, którzy mieszkają w nim od 20 lat lub dłużej czują się związane mocno lub średnio, a mieszkający od 10 lat – prawie wcale (tabela 81). Zainteresowanie kwestiami lokalnymi nie wydaje się zależeć od długości okresu zamieszkania w Sosnowcu, a wręcz przeciwnie – największy odsetek zainteresowanych mocno występuje w grupie zamieszkałej w mieście od 10 lat (tabela 82). Większość osób zainteresowanych życiem lokalnym czuje się bardzo mocno związanych z miastem co nie oznacza, że ci, którzy nie interesują się wydarzeniami, nie są związani z miastem – bardzo duże przywiązanie do Sosnowca deklaruje ponad połowa respondentów w ogóle nie interesujących się życiem lokalnym, jednak żaden z ankietowanych, którzy są zainteresowani życiem lokalnym nie odpowiedział, że nie czuje się w ogóle związany z miastem (tabela 83).

Źródła, z jakich sosnowiczanie czerpią informacje na temat najbliższego otoczenia, to rozmowy z innymi ludźmi (77 odpowiedzi), ogłoszenia i afisze (41 odpowiedzi) oraz telewizja regionalna (38 odpowiedzi, w tym 34 wskazania na TVP Info, a właściwie Telewizję Katowice). Prasa lokalna jest źródłem informacji lokalnej dla 34 osób, sam „Kurier Miejski” wymieniło osób 14.

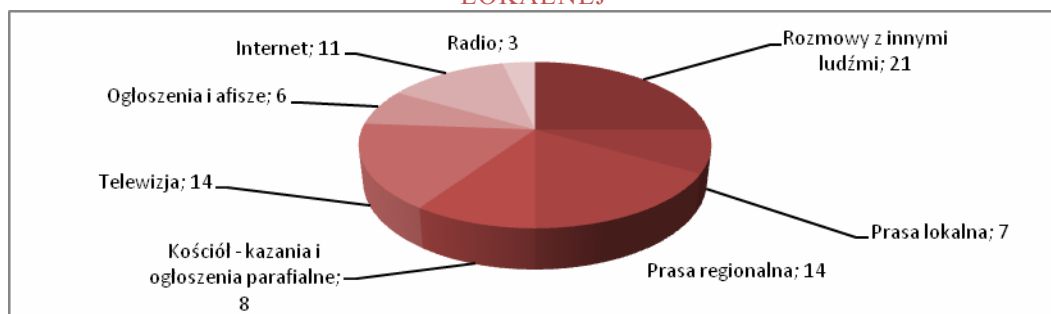
WYKRES 236 – SOSNOWIEC, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Za najważniejsze źródła informacji lokalnej mieszkańcy Sosnowca uznali rozmowy z innymi ludźmi (21 osób), telewizję i prasę regionalną (po 14 odpowiedzi) oraz Internet (11 odpowiedzi). Prasę lokalną jako najważniejszą

źródło informacji wskazało tylko 7 respondentów a więc mniej, niż kazania i ogłoszenia parafialne. Preferowane źródła informacji lokalnej nie są zależne od wieku respondentów. Choć wśród osób powyżej 45 roku życia rzadko pojawiają się odpowiedzi wskazujące Internet, to trzeba zauważyć, że wśród respondentów w wieku 15-24 lat odpowiedź ta również nie jest wskazywana (tabela 84).

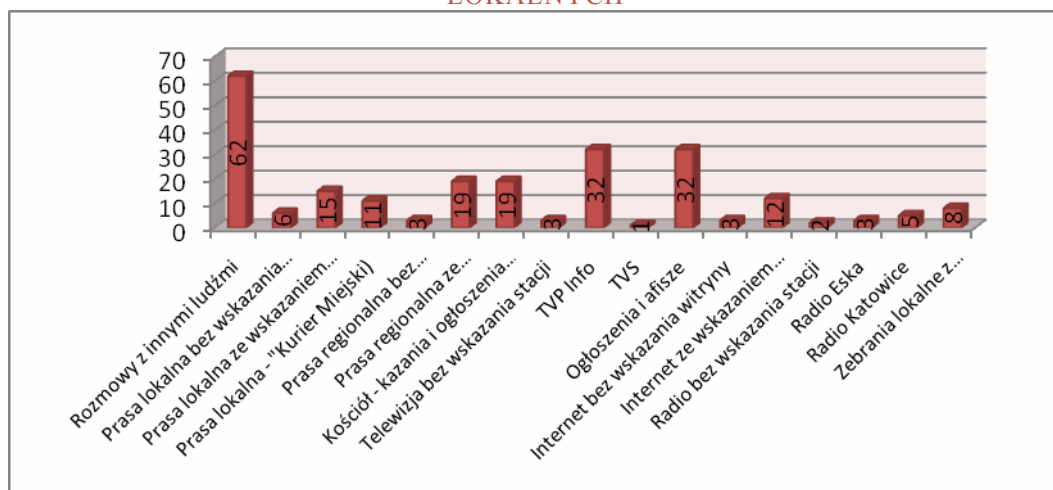
WYKRES 237 – SOSNOWIEC, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Bardzo mocne zainteresowanie działalnością władz Sosnowca zadeklarowało 5 osób. 14 jest zainteresowanych mocno tą kwestią, 31 średnio, 28 słabo a 22 osoby w ogóle nie interesuje ta tematyka. Ani jeden respondent nie czuje się bardzo dobrze poinformowany o działaniach samorządowców, dobrze poinformowanych jest 7 osób, średnio 31, słabo 40 a bardzo słabo 22. 80 respondentów potrafi wymienić nazwisko prezydenta miasta, przewodniczącego Rady Miasta 13, proboszcza swojej parafii 35 a kierownika Domu Kultury – 4. Uczestnictwo w każdych wyborach samorządowych deklaruje 41 osób, w prawie każdych 25, rzadko głosuje 12 ankietowanych, prawie nigdy 6 a nigdy 16.

Informacje o działalności władz lokalnych sosnowiczanie czerpią z rozmów z innymi ludźmi (62 odpowiedzi), telewizji regionalnej (36), ogłoszeń i afiszy (32) oraz prasy lokalnej (32 w tym 11 odpowiedzi ze wskazaniem na „Kurier Miejski”).

WYKRES 238 – SOSNOWIEC, ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Za najważniejsze źródła informacji o działalności samorządowców w Sosnowcu respondenci uznali rozmowy z innymi ludźmi (23), telewizję (18) oraz prasę lokalną (17). Okazuje się więc, że o ile w ogólnym informowaniu o wydarzeniach lokalnych ważniejsza jest prasa regionalna, to po informacje o działalności władz chętniej sięgają do prasy lokalnej.

WYKRES 239 – SOSNOWIEC, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



12 respondentów popiera działalność obecnych władz w Sosnowcu, 34 osoby popierają większość decyzji, nieliczne decyzje popiera 26 osób, w ogóle nie popiera władz 5 a 23 nie mają zdania na ten temat. Poparcie dla władz jest sprzężone z częstotliwością udziału w wyborach samorządowych, większość osób popierających władze uczestniczy zawsze w wyborach, a nie popierających – nigdy (tabela 85).

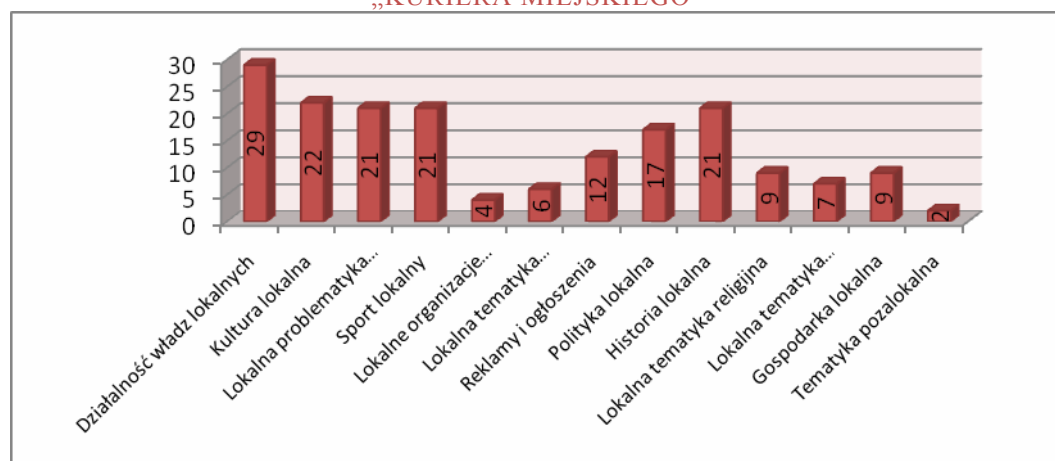
Ponad połowa respondentów (54 osoby) czyta „Kurier Miejski”, jednak tylko 3 osoby (5,5% czytających) czytają pismo stale, 11 (20,3%) od czasu do czasu a 40 (74%) – sporadycznie. 29 osób (53,7%) nie pamięta, od kiedy czyta

pismo, 4 (7,4%) czytają od powstania, 9 (16,6%) od 5 lat, również 9 od dwóch lat a 3 osoby (5,5%) od roku.

Nieco chętniej czytają pismo kobiety, one też częściej deklarują systematyczne bądź względnie stałe jego czytelnictwo (tabela 86). Czytelnictwo „Kuriera” w pewien sposób zależy od wieku – wraz z nim zwiększa się odsetek czytających, szczególnie czytających stale lub od czasu do czasu, choć po 45 roku życia tendencja wydaje się odwracać (tabela 87). Czytelnictwo zależy też od wykształcenia – największy procent nie czytających „Kuriera” wcale stanowią osoby z wykształceniem podstawowym, najmniejszy – z wyższym (tabela 88). Poparcie dla władz lokalnych determinuje czytelnictwo w ten sposób, że najwięcej czytelników jest w grupie popierającej większość decyzji władz a najmniej – wśród osób nie mających zdania na ten temat (tabela 89). Związek z miastem nie determinuje czytelnictwa pisma – wśród osób bardzo mocno związanych aż 60% nie czyta go w ogóle a wśród związanych słabo – tylko 27% (tabela 90).

Powody, dla jakich „Kurier Miejski” jest czytany to przede wszystkim informacje lokalne (24 odpowiedzi – 44,4%), przypadek (8 – 14,8%), fakt, że jest darmowy (3 – 5,5%), ciekawość (2 – 3,7%) oraz interesująca szata graficzna, poszukiwanie rozrywki oraz przyzwyczajenie (po 1 odpowiedzi). Tematyka, jaką czytelnicy preferują w piśmie, to, przede wszystkim, działalność władz lokalnych (29 – 53,7%), kultura lokalna (22 – 40,7%), lokalna problematyka społeczna, sport lokalny i historia lokalna (po 21 – 38,8%).

WYKRES 240 – SOSNOWIEC, PREFEROWANA TEMATYKA NA ŁAMACH „KURIERA MIEJSKIEGO”



Według respondentów, za dużo jest w „Kurierze Miejskim” relacjonowania działalności władz (13 – 24%), reklam (10 – 18,5%) i sportu (2 – 3,7%). Za mało jest sportu (8 – 14,8%), informacji o kulturze (5 – 9,2%), konkretnych informacji i materiałów o tematyce religijnej (po 4 – 7,4%), ciekawych materiałów, rozrywki i informacji z życia społecznego (po 2 – 3,7%). Zmienić należy w piśmie sposób jego kolportażu i zamieszczać więcej konkretnych informacji (po 4 – 7,4%), zamieszczać mniej reklam (2 – 3,7%), należy również zamieszczać więcej rozrywki, sprawić, by było ciekawsze, polepszyć szatę graficzną i zmienić skład redakcji (po 1).

Większość czytających (42 – 77,7%) ufa średnio informacjom zamieszczanym na łamach „Kuriera Miejskiego”, 6 (11,1%) osób ufa w zupełności, 4 osoby (7,4%) raczej nie ufają a 2 (3,7%) zupełnie nie ufają. 10 respondentów (18,5%) uważa, że pismo faworyzuje w swoich publikacjach władze lokalne, 1 jest zdania, że zwalcza opozycję obecnych władz Sosnowca. 13 osób (24%) jest przekonanych, że pismo jest zależne od lokalnych władz.

Zdaniem 25 czytelników (46,3%), obraz rzeczywistości, przedstawiany w „Kurierze Miejskim” jest raczej zgodny ze stanem faktycznym, według 4 (7,4%) – całkowicie zgodny. 8 osób (14,8%) uważa, że pismo idealizuje rzeczywistość a 17 (31,5%) nie ma zdania na ten temat. Większość czytających (31 osób- 57,4%) jest zdania, że pismo jest potrzebne mieszkańcom Sosnowca, 4 (7,4%) że bardziej jest potrzebna władzom, niż mieszkańcom, 3 (5,5%) uważają, że szkoda pieniędzy i papieru, bo gazeta jest niepotrzebna, dla jednej musiałaby się ona zmienić, żeby być potrzebna a 15 osobom (27,7%) jest obojętne, czy pismo się ukazuje.

SPÓŁECZNY ODBIÓR „KURIERA MIEJSKIEGO” – WYNIKI BADAŃ
INTERNETOWYCH³⁰⁰

Strona | 331

W internetowym badaniu społecznego odbioru „Kuriera Miejskiego” wzięło udział 243 internautów z Sosnowca, w tym 141 kobiet i 102 mężczyzn. Udział poszczególnych grup wiekowych w próbie badawczej przedstawia się następująco:

- 13-14 lat – 13 osób;
- 15-19 lat – 46 osób;
- 20-24 lata – 63 osoby;
- 25-29 lat – 47 osób;
- 30-34 lata – 31 osób;
- 35-39 lat – 16 osób;
- 40-44 lata – 8 osób;
- 45-49 lat – 5 osób;
- 50-59 lat – 13 osób;
- 60-64 lata – 1 osoba.

Wśród 243 osób badanych 43 legitymowały się wykształceniem podstawowym, 12 zasadniczym zawodowym, 96 średnim a 92 wyższym. Próba nie jest reprezentatywna wobec badanej populacji.

205 (84,4%) spośród osób badanych mieszka w Sosnowcu od urodzenia, 25 (10,3%) od co najmniej 20 lat, 11 (4,5%) od 10 lat a 2 osoby (0,8%) od roku. Nieco ponad połowa badanych (53%) czuje się bardzo mocno związana z Sosnowcem, 27% ankietowanych czuje się związanych mocno, 12,3% średnio, 4,5% słabo a 2,8% bardzo słabo. Bardzo duże zainteresowanie kwestiami lokalnymi deklaruje 15,6% respondentów, duże 32,9%, 35,8% jest zainteresowanych średnio, 13,1% słabo a 2,5% bardzo słabo. 7% osób badanych

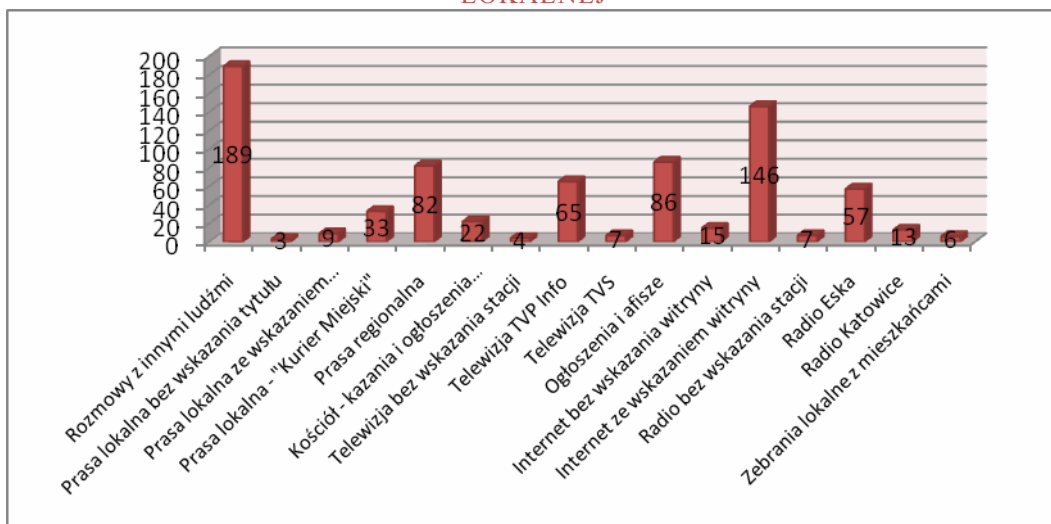
³⁰⁰ Badania internetowe nad postrzeganiem działalności władz Sosnowca, komunikowaniem lokalnym w mieście i odbiorem „Kuriera Miejskiego” przeprowadził też Piotr Bielecki na potrzeby pracy magisterskiej. Wzięło w nich udział 141 osób. Wyniki badań są dostępne pod adresem <http://www.ankietka.pl/ankieta/wyniki/id/7091/wladze-miasta-sosnowca-w-opinii-mieszkancow.html>.

czuje się bardzo dobrze poinformowanych o wydarzeniach lokalnych, 19,3% dobrze, 43,6% średnio, 21,4% słabo a 8,6% bardzo słabo³⁰¹.

Osoby zamieszkałe w mieście od urodzenia lub co najmniej od 20 lat czują się mocno albo bardzo mocno związane z Sosnowcem, natomiast te zamieszkałe od roku – słabo albo bardzo słabo (tabela 91). Brak jest jednoznacznej zależności pomiędzy długością zamieszkania a zainteresowaniem kwestiami lokalnymi, choć najniższe zainteresowanie deklarują osoby mieszkające w mieście od roku, to największe – mieszkające od 10 lat (tabela 92). Poczucie związku z miastem jest jednak skorelowane z zainteresowaniem wydarzeniami w nim – im większy związek, tym większe zainteresowanie (tabela 93).

Źródła informacji lokalnej, wskazane przez internautów, to przede wszystkim rozmowy z innymi ludźmi (77,7% odpowiedzi), Internet (66,3%), ogłoszenia i afisze (35,4%), prasa regionalna (33,7%), radio (31,7%, 23,5% samo Radio Eska) oraz telewizja (31,3%, 26,7% sama TVP Info).

WYKRES 241 – SOSNOWIEC, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



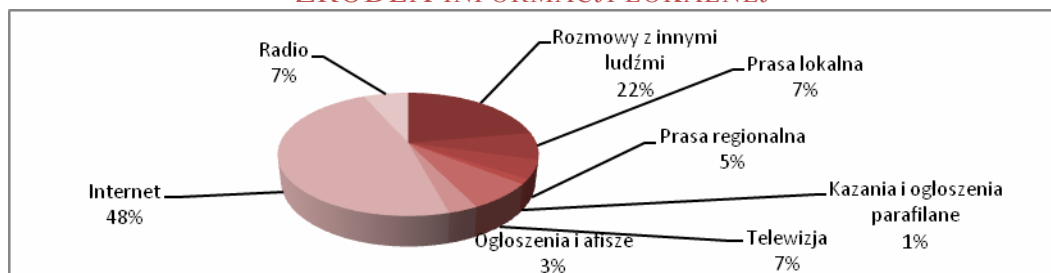
Za najważniejsze źródła informacji lokalnej osoby biorące udział w badaniu internetowym uznały Internet (48% odpowiedzi), rozmowy z innymi ludźmi (22%), prasę lokalną, telewizję oraz radio (po 7% odpowiedzi)³⁰². Internet

³⁰¹ We wspomnianych badaniach Piotra Bieleckiego bardzo mocno zainteresowanych kwestiami lokalnymi okazało się 9,21% respondentów, mocno 12,7%, średnio 44,7%, słabo 25,5% a wcale 7,8%.

³⁰² Internauci, którzy wzięli udział w badaniu przeprowadzonym przez P. Bieleckiego, za najważniejsze źródło informacji uznali rozmowy z innymi ludźmi (34,7%), Internet (23,3%), prasę (21,3%, w tym ¼ ze wskazaniem na „Kurier Miejski”), telewizję (15,12%), radio (12,7%).

jest najważniejszy dla respondentów w każdej grupie wiekowej, poza najmłodszą (13-14 lat), która preferuje raczej rozmowy z innymi ludźmi. Znaczenie prasy lokalnej wzrasta z wiekiem, począwszy od 35 roku życia (tabela 94).

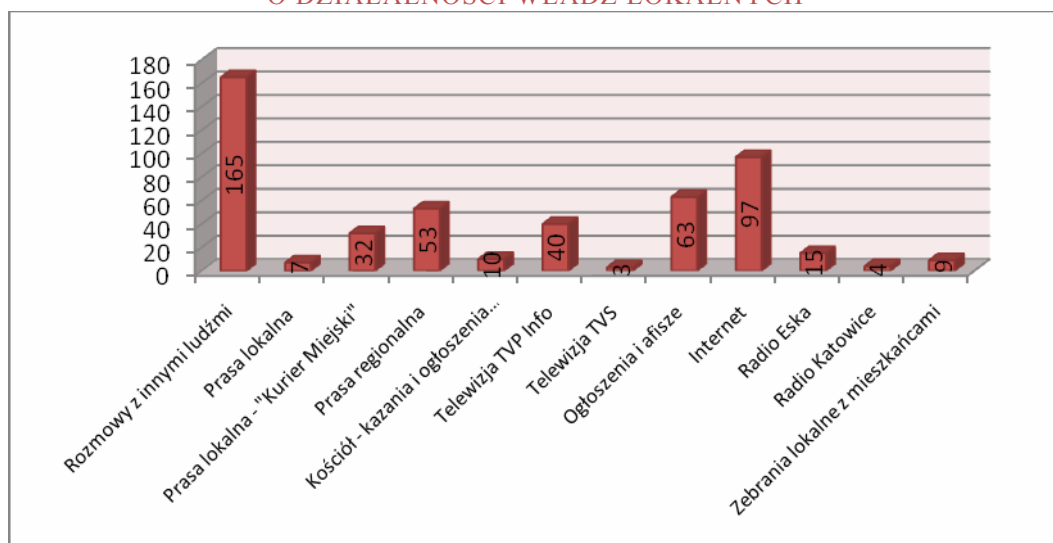
WYKRES 242 – SOSNOWIEC, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Bardzo duże zainteresowanie działalnością władz lokalnych deklarują 22 osoby (9%), duże 33 (13,6%), średnie 76 (31,3%), słabe 72 (29,6%) a w ogóle nie interesuje się tą tematyką 40 osób (16,5%). 7 (niespełna 3%) osób uważa się za bardzo dobrze poinformowanych o działalności samorządowców, 20 (8,2%) dobrze, 63 (25,9%) czuje się poinformowanych średnio, 80 (32,9%) słabo a 73 (30%) bardzo słabo. Nazwisko prezydenta Sosnowca jest w stanie wymienić 81% ankietowanych, przewodniczącego Rady Miasta prawie 21%, księdza proboszcza 35,8%, natomiast kierownika Domu Kultury 8,2%. Uczestnictwo w każdych wyborach samorządowych zadeklarowało 37% respondentów a w prawie każdych 18,1%. Rzadko głosuje 11,5%, prawie nigdy 4,5%, a nigdy aż 28,8%.

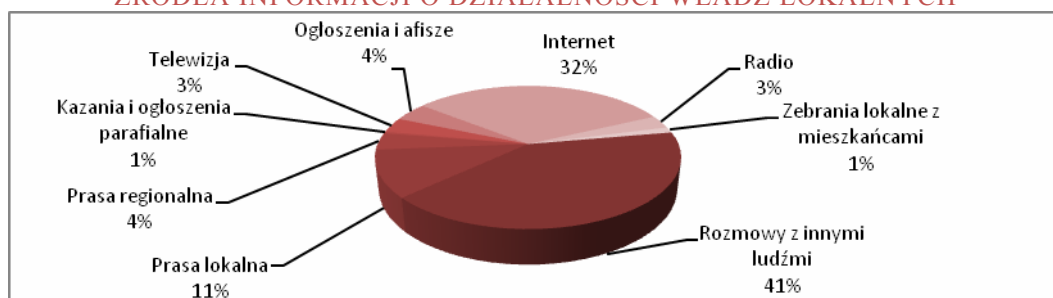
Źródłami, z jakich internauci z Sosnowca czerpią informacje o działalności lokalnych władz, są rozmowy z innymi ludźmi (67,9% odpowiedzi), Internet (39,9%), ogłoszenia i afisze (25,9%) oraz prasa regionalna (21,8%). Prasę lokalną wskazało 16% respondentów, sam „Kurier Miejski” – 13,2%.

WYKRES 243 – SOSNOWIEC, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Za najważniejsze źródła informacji o działalności samorządowców uznano rozmowy z innymi ludźmi (41%), Internet (32%) oraz prasę lokalną (11%). Okazuje się więc, że choć prasa lokalna nie jest wymieniana przez wielu jako źródło informacji o działalności władz, to jednak większość wymieniających skłonnych jest uznać ją za źródło najważniejsze.

WYKRES 244 – SOSNOWIEC, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Władze Sosnowca cieszą się pełnym poparciem 7,8% ankietowanych. 26,3% popiera większość ich decyzji, 29,2% nieliczne decyzje, 5,3% wcale władz nie popiera, zaś nie ma zdania na ten temat – 31,3%. Większość osób popierających (w jakimkolwiek stopniu) działalność władz uczestniczy zawsze lub prawie zawsze w wyborach samorządowych, natomiast osoby nie popierające lub nie mające zdania na temat władz – nigdy albo prawie nigdy (tabela 95).

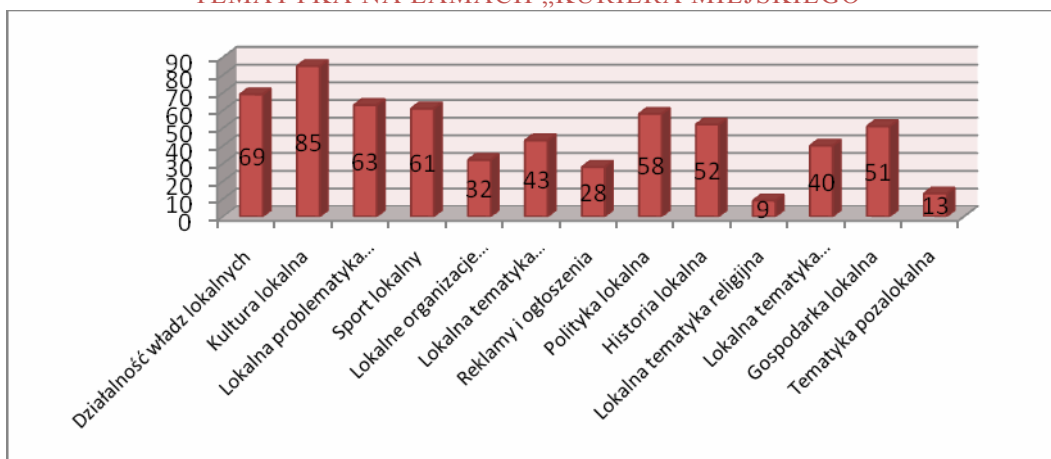
Większość ankietowanych internautów (60,5%) czyta „Kurier Miejski”, przy czym w tej grupie stałych czytelników jest 12,2%, od czasu do czasu czyta 29,9% a sporadycznie 57,8%. Większość (59,8%) nie jest w stanie określić, od

kiedy czyta pismo, od powstania czyta 6,1%, od 5 lat również 6,1%, od 2 lat 21% a od roku 6,8%³⁰³.

Czytelnictwo „Kuriera Miejskiego” wśród internautów nie zależy od płci respondentów (tabela 96), również wiek nie wydaje się na nie wpływać (tabela 97). Największy odsetek czytających jest wśród osób z wykształceniem wyższym a najmniejszy – z zasadniczym zawodowym. W pewien sposób na czytelnictwo pisma wpływa poparcie dla działalności władz lokalnych – największy odsetek czytających występuje w grupie popierającej władzę a nieczytających – w grupie nie popierającej albo nie mającej zdania na temat władz. Osoby deklarujące duży lub bardzo duży związek z Sosnowcem chętniej czytają „Kurier Miejski” niż respondenci związani słabo lub nie związani w ogóle (tabela 100).

Powody, dla jakich internauci czytają „Kurier Miejski” to poszukiwanie informacji lokalnej (40,1%), przypadek i fakt, że pismo jest darmowe (po 11,5%) oraz ciekawość i poszukiwanie rozrywki (po 10,2% odpowiedzi). Najbardziej interesująca ich tematyka to kultura lokalna (57,8%), działalność władz lokalnych (46,9%), lokalna problematyka społeczna (42,8%) oraz sport lokalny (41,5%) i polityka lokalna (39,5%).

WYKRES 245 – SOSNOWIEC, BADANIE INTERNETOWE, PREFEROWANA TEMATYKA NA ŁAMACH „KURIERA MIEJSKIEGO”



W „Kurierze Miejski” za dużo jest, według uczestników badania internetowego, reklam (28,5% odpowiedzi), relacjonowania działalności władz (10,2%) oraz stroniczości (2%). Za mało jest materiałów o tematyce kulturalnej

³⁰³ W cytowanych już badaniach na temat władz Sosnowca w opinii mieszkańców prawie 66% respondentów zadeklarowało, że czyta „Kurier Miejski” rzadziej niż raz na pół roku lub nie czyta wcale.

(16,3%), konkretnych informacji (15,6%) oraz sportu (6,1%). W piśmie należy zamieszczać więcej konkretnych informacji (10,2%), usprawnić jego kolportaż (6,1%), należy je także zobiektywizować (3,4%). Inne postulaty, jakie padały w badaniu, to poprawa szaty graficznej, zwiększenie objętości i częstotliwości ukazywania się oraz zmiana składu redakcji.

Większość czytających „Kurier Miejski” (70%) ufa średnio informacjom zamieszczanym na jego łamach, 21% ufa im w zupełności, 4% raczej nie ufa a 4,7% zupełnie nie ufa. Zdaniem 12,2% ankietowanych, pismo faworyzuje na swoich łamach władze lokalne a według 1,3% na łamach pisma faworyzowany jest Kościół Katolicki. 4,7% uważa, że zwalcza się w nim opozycję obecnych władz Sosnowca. 22,4% czytających pismo uznało, że jest one zależne od władz lokalnych.

Obraz rzeczywistości, prezentowany na łamach „Kuriera Miejskiego”, jest, zdaniem internautów, raczej zgodny ze stanem faktycznym (52,4% odpowiedzi) lub całkowicie zgodny ze stanem faktycznym (9,5%). 17% ankietowanych jest przekonanych, że pismo idealizuje rzeczywistość, 2 osoby (1,3%) stwierdziły, że rzeczywistość jest prezentowana bardziej negatywnie, niż ma to miejsce faktycznie. 19,7% badanych nie ma zdania na ten temat. 44,2% czytelników uważa, że pismo jest potrzebne mieszkańcom Sosnowca, 10,8% że musiałoby się zmienić, aby być potrzebne a 8,8% jest zdania, że jest ono bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom miasta. 34,7% jest obojętne, czy pismo się ukazuje a 1,3% twierdzi, że jest ono w ogóle niepotrzebne.

WYNIKI BADAŃ SPOŁECZNEGO ODBIORU PRASY SAMORZĄDOWEJ

Strona | 337

SPOŁECZNY ODBIÓR PRASY SAMORZĄDOWEJ – SYNTEZA WYNIKÓW BADAŃ ANKIETOWYCH

W ankiетowych badaniach społecznego odbioru prasy samorządowej łącznie wzięło udział 503 respondentów – po 100 osób z Bielska-Białej, Ornontowic, Pawłowic i Sosnowca oraz 103 osoby z Bierunia. Wśród ankiетowanych było 257 kobiet i 246 mężczyzn. Wiek osób badanych przedstawia się następująco:

- 13-14 lat – 30 osób;
- 15-19 lat – 35 osób;
- 20-24 lata – 63 osoby;
- 25-29 lat – 44 osoby;
- 30-34 lata – 41 osób;
- 35-39 lat – 43 osoby;
- 40-44 lata – 54 osoby;
- 45-49 lat – 47 osób;
- 50-59 lat – 64 osoby;
- 60-64 lata – 23 osoby;
- 65-69 lat – 24 osoby;
- 70-79 lat – 28 osób;
- 80-89 lat – 7 osób.

Wśród osób ankiетowanych 130 osób posiadało wykształcenie podstawowe, 159 zasadnicze zawodowe, 165 średnie a 49 wyższe. Próba jest reprezentatywna wobec populacji danych miejscowości a nie w stosunku do struktury demograficznej województwa śląskiego jako całości.

Spośród 503 osób badanych 288 mieszkało w swojej miejscowości od urodzenia, 145 od co najmniej 20 lat, 51 od 10 lat a 19 od roku. 205 deklарowało bardzo duży związek z miejscem zamieszkania, 133 duży, 103 średni, 42 słaby a

20 bardzo słaby. Najbardziej związani ze swoją miejscowością okazali się być mieszkańcy Ornontowic (średnio 4,45 na 5 możliwych punktów), nieco mniej mieszkańcy Bielska-Białej (4,28), Sosnowca (3,92), Pawłowic (3,67) a najsłabiej Bierunia (3,3), co obrazuje tabela 101. Średnia dla całej badanej grupy wyniosła 3,9, więc najbliższej średniej oceny deklarowanego związku z miejscowością znaleźli się mieszkańcy Sosnowca.

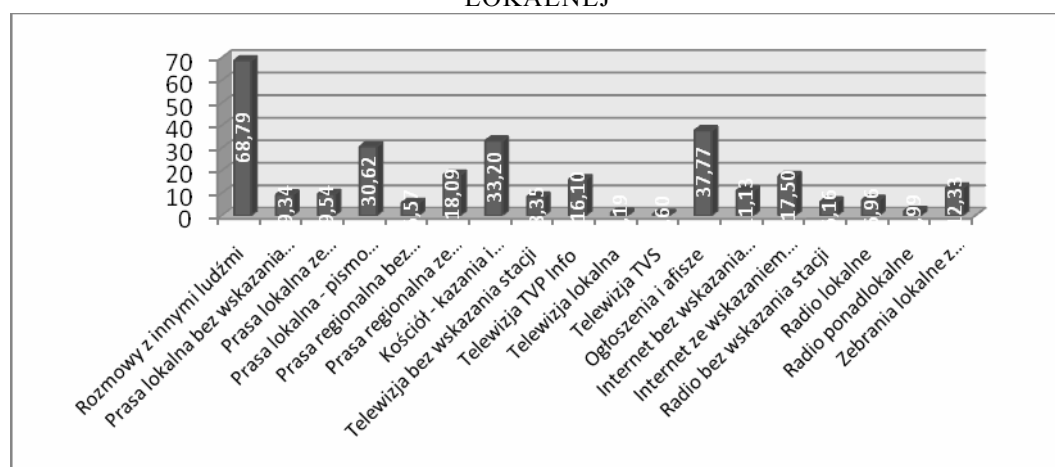
86 osób badanych zadeklarowało bardzo mocne zainteresowanie sprawami lokalnymi, 148 mocne, 154 średnie, 74 słabe a 41 bardzo słabe. Średnie zainteresowanie sprawami lokalnymi w 5 – punktowej skali wyniosło 3,3, przy czym najmocniej zainteresowani tymi kwestiami okazali się mieszkańcy Ornontowic (4,1), bielszczanie byli zainteresowani średnio na poziomie 3,45 punktu, mieszkańcy Pawłowic 3,1, Sosnowca 3,00 a najsłabiej znów bierunianie – 2,9 (tabela 102).

Bardzo dobre poinformowanie o kwestiach lokalnych zadeklarowało 50 osób, dobre 141, średnie 165, słabe 105 a bardzo słabe 42³⁰⁴. Średnia poczucia poinformowania o sprawach lokalnych wyniosła 3,1. Najlepiej poinformowani czują się mieszkańcy Ornontowic (3,7) oraz Bielska-Białej (3,2), słabiej Pawłowic (2,9) i Bierunia (2,8) a najsłabiej Sosnowca (2,5) (tabela 103).

Źródła, z jakich respondenci czerpią informacje lokalne, to rozmowy z innymi ludźmi (68,8% wskazań), prasa lokalna (49,5%, z czego 30,62% ze wskazaniem na pismo samorządowe), ogłoszenia i afisze (37,8%) oraz kazania i ogłoszenia parafialne (33,2%).

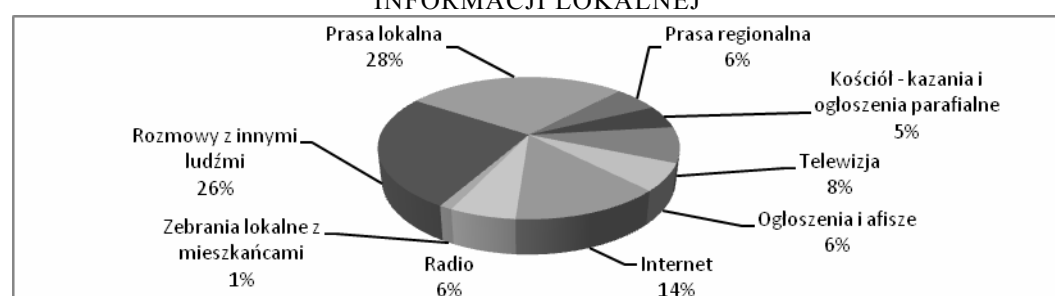
³⁰⁴ W podobnych badaniach przeprowadzonych na mieszkańcach Rostowa nad Donem 39% respondentów zadeklarowało, że czują się dobrze poinformowani o sprawach związanych z miastem a 23% - że słabo. Zob. A.W. Winnijczuk: *Gorodskije gazety Rostowa-Na-Donu...*, s. 197.

WYKRES 246 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Za najważniejsze źródła informacji lokalnej uznano prasę lokalną (28% odpowiedzi), rozmowy z innymi ludźmi (26%) oraz Internet (14%). Prasa lokalna okazała się najważniejszym źródłem informacji dla mieszkańców Ornontowic i Bielska-Białej, rozmowy z innymi ludźmi wybierali jako źródło informacji mieszkańcy Bierunia, Pawłowic i Sosnowca. Internet wybrało najwięcej osób z Ornontowic i Sosnowca, a telewizję osoby z Bielska-Białej i Sosnowca (tabela 104). Prasę lokalną najchętniej wybierały osoby w wieku 20-64 lata, natomiast dla osób młodszych i starszych ważniejsze okazały się rozmowy z innymi ludźmi. Internet jest popularny wśród osób do 44 roku życia, natomiast osoby powyżej 45 roku chętniej wybierają telewizję regionalną jako źródło informacji lokalnej (tabela 105). Potwierdzeniem tezy, że prasa lokalna jest najważniejszym źródłem informacji lokalnej, są również inne badania, prowadzone od 2001 roku przez firmę Lokalne Badania Społeczne³⁰⁵.

WYKRES 247 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



³⁰⁵ M. Jóźko: *Prasa lokalna i regionalna jako element...*, s. 105 - 117; zob. też: http://www.lokalnebadania.com/?page_id=30, wyniki badań zostały omówione w podrozdziale dotyczącym najnowszych badań nad prasą lokalną.

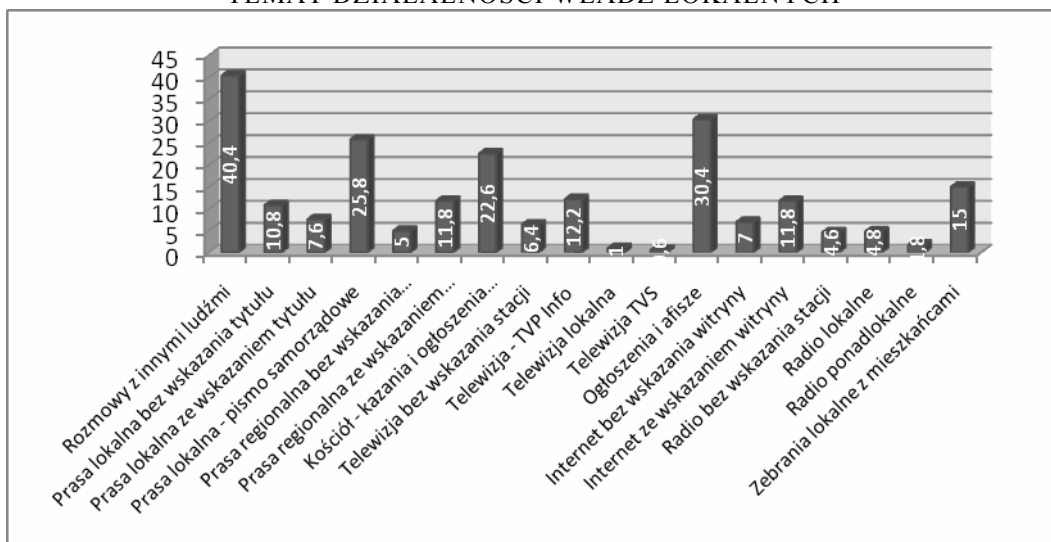
Bardzo duże zainteresowanie działalnością władz lokalnych jest charakterystyczne dla 40 spośród 503 ankietowanych osób, duże dla 101, średnie dla 148, słabe 122 a bardzo słabe dla 92. Średnie zainteresowanie działalnością włodarzy w 5 – punktowej skali wyniosło 2,75. Najbardziej zainteresowani działalnością władz lokalnych okazali się mieszkańcy Ornontowic (3,6), na drugim miejscu znaleźli się mieszkańcy Pawłowic i Bierunia, dla których przeciętna ocena wyniosła 2,63, najmniej interesują się tą problematyką bielszczanie (2,34) i sosnowiczanie (2,52). Można więc stwierdzić, że większe zainteresowanie władzami występuje w mniejszych miejscowościach (tabela 106), co może być spowodowane faktem, że mieszkańcy gmin lokalnych bardziej utożsamiają się z lokalną społecznością, niż mieszkańcy dużych miast, które ze względu na ilość zamieszkujących je osób trudno uznać za gminy lokalne.

Bardzo duże poczucie bycia poinformowanym o działalności władz lokalnych zadeklarowało tylko 20 osób, duże 100, średnie 143, słabe 140, a bardzo słabe 100. Średnia wyniosła więc 2,6. Najlepiej poinformowani o działalności władz czują się mieszkańcy Ornontowic (3,57), pawłowiczanie, zajmujący drugie miejsce, mają średnią o ponad 1 punkt niższą (2,48), kolejne miejsce zajmują mieszkańcy Bierunia (2,38), Bielska-Białej (2,35) a najsłabiej poinformowani o władzach czują się mieszkańcy Sosnowca (2,23). Można wyciągnąć wniosek, że poczucie poinformowania o działalności władz lokalnych jest odwrotnie proporcjonalne do wielkości miejscowości (tabela 107).

Zapytani o znajomość nazwisk najważniejszych osób w miejscowości, ankietowani najczęściej byli w stanie wymienić nazwisko prezydenta/burmistrza/wójta – 385 osób, proboszcza swojej parafii – 296 osób. Nazwisko przewodniczącego Rady Miasta/Gminy znało 139 osób a kierownika Domu Kultury – 68. Najlepszą znajomością nazwisk, poza nazwiskiem kierownika Domu Kultury, którego trafnie wskazało najwięcej osób z Pawłowic, wykazali się mieszkańcy Ornontowic. Najmniej badanych znało nazwisko burmistrza wśród mieszkańców Bierunia, natomiast największe problemy ze wszystkimi pozostałymi nazwiskami mieli sosnowiczanie i bielszczanie, co skłania do konstatacji, że mieszkańcy mniejszych miejscowości lepiej orientują się, kto rządzi lub zajmuje ważne stanowiska (tabela 108).

Uczestnictwo w każdych wyborach zadeklarowało 180 respondentów (35,78%)³⁰⁶, w prawie każdych 120 (23,85%), rzadko głosuje 75 respondentów (14,9%), prawie nigdy 30 (5,9%) a nigdy 98 (19,4%). Najchętniej (zawsze lub prawie zawsze) głosują mieszkańcy Ornontowic i Sosnowca, natomiast największą absencję wyborczą (nigdy lub prawie nigdy) deklarują mieszkańcy Pawłowic (tabela 109). Źródła informacji o działalności lokalnych władz, wskazywane przez osoby biorące udział w badaniu, to prasa lokalna (44,2% odpowiedzi, w tym 25,8 ze wskazaniem pisma samorządowego), rozmowy z innymi ludźmi (40,4%), ogłoszenia i afisze (30,4%) oraz kazania i ogłoszenia parafialne (22,6%).

WYKRES 248 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ŹRÓDŁA INFORMACJI NA TEMAT DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH

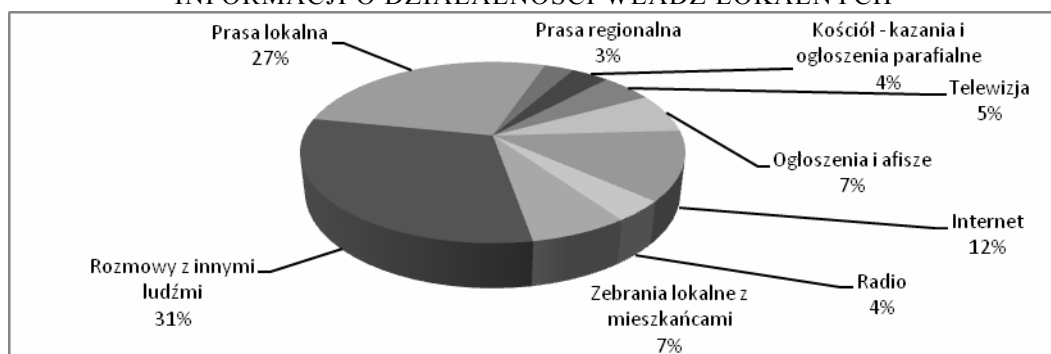


Za najważniejsze źródła informacji o działalności władz lokalnych respondenci uznali rozmowy z innymi ludźmi (31%), prasę lokalną (27%) oraz Internet (12%). Rozmowy z innymi ludźmi okazały się najważniejsze dla wszystkich respondentów, poza mieszkańcami Ornontowic, którzy wybrali prasę lokalną (tabela 110). Wydaje się to być zaprzeczeniem wspomnianych już badań firmy LBS, które wykazały, że na poziomie lokalnym najważniejszym źródłem o działalności lokalnych władz jest prasa lokalna, jednak należy wziąć pod uwagę, że w badaniach tych wykazano, że respondenci chętniej dowiadują się o

³⁰⁶ Frekwencja wyborcza w ostatnich wyborach samorządowych z dnia 12.11.2006 w województwie śląskim wyniosła 39,98% uprawnionych do głosowania, natomiast w głosowaniu ponownym dnia 26.11.2006 - 32,3%. Dane za www.pkw.gov.pl.

poczynaniach władz z rozmów z innymi ludźmi niż na temat życia lokalnego w ogóle³⁰⁷.

WYKRES 249 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Całkowite poparcie dla władz lokalnych zadeklarowało 86 osób (17%), większość decyzji popiera 167 (33,2%), nieliczne decyzje popiera 96 osób (19%), w ogóle władz nie popiera 36 respondentów (7,15%) a 118 (23,4%) nie ma zdania na ten temat. Największym poparciem władze cieszą się w Ornontowicach i Pawłowicach a najmniejszym w Bieruniu i Bielsku-Białej (tabela 111). Skłania to ku przekonaniu, że mieszkańcy małych miejscowości bardziej utożsamiają się z działaniami swoich władz, niż mieszkańcy dużych miast.

Spośród 503 osób ankietowanych 337 (66,9%) zadeklarowało czytelnictwo pisma samorządowego³⁰⁸. W tej grupie 117 osób (34,7%) czyta pismo stale, 107 (31,7%) od czasu do czasu a 113 (33,5%) sporadycznie – kilka razy w roku. Od powstania pismo samorządowe czytają 104 osoby (30,8%), 58 (17,2%) czyta od 5 lat, 51 (15,1%) od 2 lat, 16 osób (4,7%) od roku, zaś 108 (32%) nie pamięta, od kiedy ma kontakt z pismem. Najchętniej czytany pismem okazał się „Głos Ornontowic” oraz „Rodnia” i „Racje Gminne”, najmniej chętnie – „W Bielsku-Białej” oraz „Kurier Miejski”, co skłania ku wnioskowi, że w miejscowościach, gdzie ludzie mają do dyspozycji więcej niż jedno medium drukowane, raczej nie wybierają pisma samorządowego (tabela 112). Największą ilością czytelników, którzy czytają pismo od powstania, może się poszczycić

³⁰⁷ Zob. M. Jóźko: *Prasa lokalna i regionalna jako element...*, s. 105 - 117; zob. też: http://www.lokalnebadania.com/?page_id=30.

³⁰⁸ Czytelnictwo prasy lokalnej na poziomie 60% potwierdzają również inne badania, por. J. Braun: *Media lokalne i regionalne wobec...*, s. 15. Wspomniane już badania rostowskie również potwierdzają czytelnictwo prasy miejskiej przez ponad 60% społeczności – 54% mieszkańców Rostowa miało kontakt z prasą miejską przynajmniej raz w tygodniu a 11% - codziennie. Por. A.W. Winnijczuk: *Gorodskie gazety Rostowa-na-Donu...*, s. 197.

„Głos Ornontowic” i „Racje Gminne”, natomiast najmniejszą – „Kurier Miejski” (tabela 113). Dotychczasowe badania nad czytelnictwem prasy lokalnej potwierdzają wnioski sformułowane na podstawie wyników badań społecznego prasy samorządowej w województwie śląskim – w mniejszych miejscowościach jest ona bardziej popularna, niż w dużych miastach, gdzie preferuje się raczej pisma regionalne. Różnicą jest to, że w będących przedmiotem analizy w niniejszej dysertacji badaniach prasa samorządowa cieszy się największą popularnością, podczas gdy dotychczasowe wyniki wskazują na niski poziom czytelnictwa w gminach wiejskich, co tłumaczono mniejszymi zdolnościami finansowymi ich mieszkańców³⁰⁹.

Strona | 343

Nieco chętniej pisma samorządowe czytają kobiety, wśród nich również jest większy odsetek czytających systematycznie (tabela 114). Czytelnictwo raczej nie zależy od wieku, choć największy odsetek osób, które nie czytają w ogóle pisma samorządowego w ogóle występuje w najmłodszej (13-14 lat) i najstarszej (powyżej 80 roku) grupie wiekowej (tabela 115). Wykształcenie w nieznacznym stopniu determinuje czytelnictwo prasy samorządowej. Najczęściej czytają prasę tego typu osoby z wykształceniem średnim, najrzadziej – z podstawowym i zasadniczym zawodowym, nie można jednak udowodnić bezpośredniego związku czytelnictwa z wykształceniem, ponieważ respondenci z wykształceniem wyższym czytają mniej chętnie, niż ze średnim (tabela 116). Dotychczasowe badania nad czytelnictwem prasy lokalnej w ogóle oraz prasy samorządowej potwierdzają te tendencje – prasę tego typu czytają zgodnie z nimi osoby w średnich przedziałach wiekowych, z wykształceniem średnim, bez względu na płeć³¹⁰.

Istnieje zależność pomiędzy poparciem dla władz lokalnych a czytelnictwem prasy samorządowej – najwięcej czytelników jest w grupie popierającej władzę a najmniej – w grupie nie popierającej lub nie mającej zdania na jej temat (tabela 117). Dostrzegalny jest też pozytywny związek pomiędzy poczuciem więzi z miejscowością a czytelnictwem pisma samorządowego (tabela 118) oraz pomiędzy zainteresowaniem życiem lokalnym a czytelnictwem (tabela 119). Dowody na to, że czytelnictwo prasy lokalnej jest częstsze wśród osób

³⁰⁹ Por. M. Gierula: *Prasa lokalna...* s. 140 oraz J. Pantak: *Lokalne górą...*

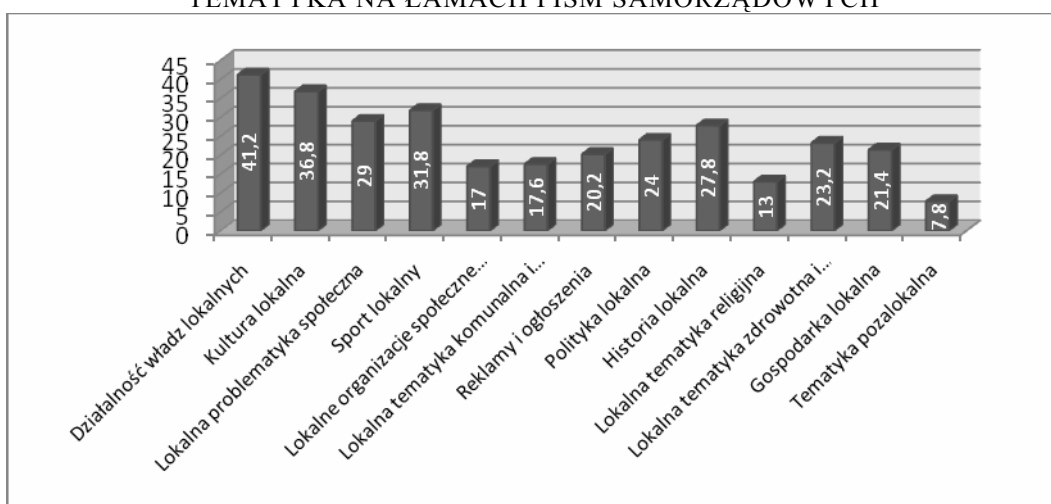
³¹⁰ Zob. M. Gierula: *Prasa lokalna...* s. 119 i 140; M. Jóźko: *Prasa lokalna i regionalna jako element...*, s. 105 – 117 oraz http://www.lokalnebadania.com/?page_id=30.

zainteresowanych życiem lokalnym i głosujących w wyborach samorządowych, znajdujemy również w wynikach innych badań, które wskazują, że czytelnictwo to ma charakter obywatelski³¹¹.

Powody, dla których respondenci czytają pisma samorządowe, to, przede wszystkim, poszukiwanie informacji lokalnej (48,6% odpowiedzi), ciekawość (5,6%), czytelnictwo „przy okazji, jak wpadnie w ręce” oraz poszukiwanie rozrywki (po 3,8%).³¹² Powody, dla jakich czytane są poszczególne tytuły prasy samorządowej, zamieszczone są w tabeli 120.

Tematyką preferowaną przez respondentów na łamach prasy samorządowej jest działalność władz lokalnych (41,2%), kultura lokalna (36,8%), sport lokalny (31,8%), lokalna problematyka społeczna (29%) oraz historia lokalna (27,8%). Najmniejszym zainteresowaniem cieszy się lokalna tematyka religijna (13%) oraz tematyka pozalokalna (7,8%)³¹³.

WYKRES 250 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, PREFEROWANA TEMATYKA NA ŁAMACH PISM SAMORZĄDOWYCH



Najczęstszą odpowiedzią na pytanie, czego jest za dużo w piśmie samorządowym, było: relacjonowania działalności władz – 42 odpowiedzi (12,4% czytających), reklam – 26 (7,7%) oraz ogłoszeń urzędowych – 13 (3,8%). Na

³¹¹ M. Józko: *Prasa lokalna i regionalna jako element...*, s. 105 - 117; zob. też: http://www.lokalnebadania.com/?page_id=30 oraz *Po co miastu gazeta*. [W:] http://www.mcg.biz.pl/oferta_miasto.html.

³¹² Por. J. Pantak: *Lokalne górn...*

³¹³ Badania rosyjskie wykazały następującą kolejność najbardziej preferowanej przez czytelników prasy lokalnej tematyki: 20% ankietowanych preferuje informacje społeczno-polityczne, 19% biznesowo-zawodowe, 13% rozrywkowo-kulturalne a 16% reklamowe. Najbardziej interesują mieszkańców Rostowa kwestie związane z ich miastem a najmniej – tematyka pozalokalna. Zob. A.W. Winniczuk: *Gorodskie gazety Rostowa-Na-Donu...*, s. 197.

nadmiar informacji o władzach i reklam najbardziej narzekają czytelnicy „Rodni” i „Kuriera Miejskiego”, natomiast wcale – „Głosu Ornontowic” (tabela 121). Za mało w pismach samorządowych jest, według osób badanych, materiałów o sporcie – 25 (7,4%), konkretnych informacji – 21 (6,2%), materiałów o kulturze – 14 (4,1%), życiu społecznym – 13 (3,8%) oraz relacji z działań władz – 11 (3,3%) (por. tabela 122). W pismach samorządowych należy zmienić, zdaniem badanych, następujące rzeczy: zamieszczać więcej konkretnych informacji – 18 odpowiedzi (5,3%), zmienić składy redakcji i usprawnić kolportaż – po 6 odpowiedzi (1,8%) oraz sprawić by były ciekawsze, poprawić szatę graficzną i zamieszczać mniej reklam – po 5 odpowiedzi (1,5%) (por. tabela 123).

Pismom samorządowym w zupełności ufa 102 respondentów (30,2% wszystkich czytających), średnio ufa 209 (62%), raczej nie ufa 18 (5,3%) a zupełnie nie ufa 8 (2,3%). Największym zaufaniem czytelników cieszą się „Głos Ornontowic” i „Racje Gminne”, najmniejszym – „Rodnia” – 15,6% respondentów raczej jej nie ufa albo zupełnie nie ufa (tabela 124). 47 respondentów (13,9%) jest przekonanych, że pisma samorządowe na swoich łamach faworyzują lokalne władze. Należy tu zauważyć, że aż 44,7% czytających „W Bielsku-Białej”, wśród czytelników „Kuriera Miejskiego” – 18,5% a wśród czytelników „Rodni” – 17,1%. 10,3% czytelników „Racji Gminnych” uważa, że pismo faworyzuje władze a wśród respondentów z Ornontowic nikt nie jest tego zdania (tabela 125). Znacząca większość osób badanych jest przekonana, że pisma samorządowe nikogo nie zwalczają, 7 respondentów jako grupę zwalczaną podało opozycję obecnych władz w swojej miejscowości, przy czym aż 3 z nich było czytelnikami „W Bielsku-Białej” (tabela 126). Zapytani o to, od kogo jest zależne pismo, ankietowani najczęściej odpowiadali, że od nikogo, choć 51 osób (15,1%) stwierdziło, że pismo jest zależne od władz. O niezależności swojego magazynu najbardziej są przekonani mieszkańcy Ornontowic - tylko 1 osoba jest zdania, że pismo jest zależne od władz. Najbardziej przekonani o zależności od władz pisma są przekonani mieszkańcy Bielska-Białej – 42% czytających i Sosnowca – 24%. Wśród czytelników „Rodni” 17% twierdzi, że jest ona zależna od obecnej ekipy rządzącej a „Racji Gminnych” – 11%.

Zdaniem 133 respondentów (39,4% czytających), pismo samorządowe przedstawia na swoich łamach obraz rzeczywistości raczej zgodny ze stanem

faktycznym, według 75 osób (22,2%) obraz ten jest całkowicie zgodny ze stanem faktycznym. Według 39 osób (11,5%) pismo samorządowe idealizują rzeczywistość, jedna osoba odpowiedziała, że obraz ten jest bardziej czarny (negatywny) niż ma to miejsce faktycznie, natomiast 89 osób (26,4%) nie ma zdania na ten temat. Najlepiej oceniają pismo mieszkańcy Ornontowic (wszystkie odpowiedzi twierdzące, że rzeczywistość na łamach pisma jest całkowicie lub raczej zgodna ze stanem faktycznym). Przekonanie, że pismo idealizuje rzeczywistość, prezentuje największy odsetek czytelników „W Bielsku-Białej” – 39,4% oraz „Kuriera Miejskiego” – 14,8% (tabela 128). Większość czytających – 244 osoby (72,4%) jest przekonana, że pismo samorządowe jest potrzebne mieszkańcom. 22 osoby (6,5%) twierdzi, że gazeta musiałaby się zmienić, żeby być potrzebna, taka sama ilość osób jest zdania, że pismo jest bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom. 40 osobom (11,8%) jest obojętne, czy pismo się ukazuje a 9 (2,6%) twierdzi, że jest ono zupełnie niepotrzebne. Najbardziej przekonani o tym, że pismo jest potrzebne, są mieszkańcy Ornontowic (98%) i Pawłowic (72%), a najmniej Bierunia i Sosnowca (po 57%). Zdanie, że gazeta jest bardziej potrzebna władzom, niż mieszkańcom pojawia się najczęściej w ankietach z Bielska-Białej – 15,8% odpowiedzi i Bierunia – 10,5%.

SPÓŁECZNY ODBIÓR PRASY SAMORZĄDOWEJ – WYNIKI BADAŃ INTERNETOWYCH

W internetowym badaniu społecznego odbioru prasy samorządowej wzięło udział 644 respondentów, w tym 224 z Bielska-Białej, 53 z Bierunia, 39 z Ornontowic, 77 z Pawłowic i 243 z Sosnowca. W grupie badanej znalazło się 349 kobiet i 287 mężczyzn. Struktura wiekowa próby prezentuje się następująco:

- 13-14 lat – 31 osób;
- 15-19 lat – 168 osób;
- 20-24 lata – 160 osób;
- 25-29 lat – 132 osoby;
- 30-34 lata – 57 osób;
- 35-39 lat – 32 osoby;
- 40-44 lata – 22 osoby;
- 45-49 lat – 9 osób;

- 50-59 lat – 21 osób;
- 60-64 lata – 2 osoby;
- 65-69 lat – 2 osoby.

Wśród osób badanych 135 legitymowało się wykształceniem podstawowym, 29 zasadniczym zawodowym, 256 średnim a 216 wyższym. Próba nie jest reprezentatywna wobec populacji w badanych miastach, stanowi jedynie odzwierciedlenie struktury społeczności korzystającej z Internetu a szczególnie tej części owej społeczności, która jest skłonna brać udział w badaniach surveyowych.

Strona | 347

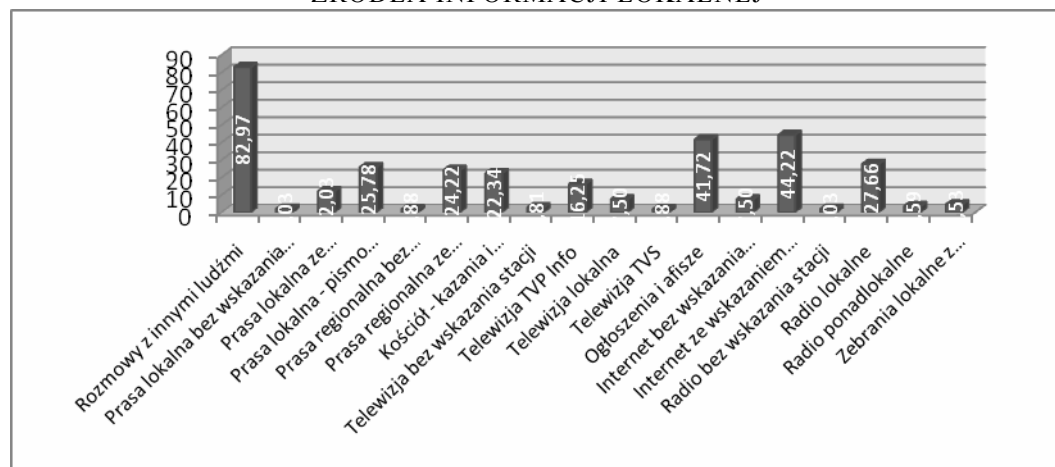
519 spośród 644 ankietowanych drogą internetową osób mieszka w swojej miejscowości od urodzenia, 75 od co najmniej 20 lat, 36 od 10 lat a 6 od roku. 326 osób zadeklarowało, że czuje się bardzo mocno związanych ze swoim miejscem zamieszkania, 183 bardzo, 91 średnio, 26 słabo a 10 bardzo słabo. Średnie poczucie związku z miejscowością w 5-punktowej skali wyniosło 4,18. Najbardziej związani z miejscowością okazali się mieszkańcy Pawłowic (średnia 4,64), dalej w kolejności Bielska-Białej (4,37), Ornontowic (4,25), Sosnowca (4,23) a na końcu Bierunia (3,96) (zob. tabela 130).

Bardzo mocno interesuje się życiem lokalnym 100 osób, mocno 219, średnio 213, słabo 84 a wcale 20. Średnia wyniosła 3,42. Zainteresowanie sprawami lokalnymi jest bardzo podobne wśród internautów w 5 badanych miejscowościach i wynosi ono średnio – w Ornontowicach 3,64, w Bielsku-Białej 3,48, w Sosnowcu 3,46, w Pawłowicach 3,42 i w Bieruniu 3,30 (tabela 131).

47 internautów stwierdziło, że czują się bardzo dobrze poinformowani w kwestiach życia lokalnego, 169 czuło się dobrze poinformowanych, 262 średnio, 112 słabo a 46 wcale. Średnie poinformowanie wyniosło więc 3,05. Najslabiej poinformowani czują się mieszkańcy Sosnowca – 2,94, dalej w kolejności są mieszkańcy Bierunia – 3,09, Bielska-Białej – 3,12, Pawłowic – 3,27 a najlepiej poinformowani czują się ornontowiczanie – 3,48 (tabela 132).

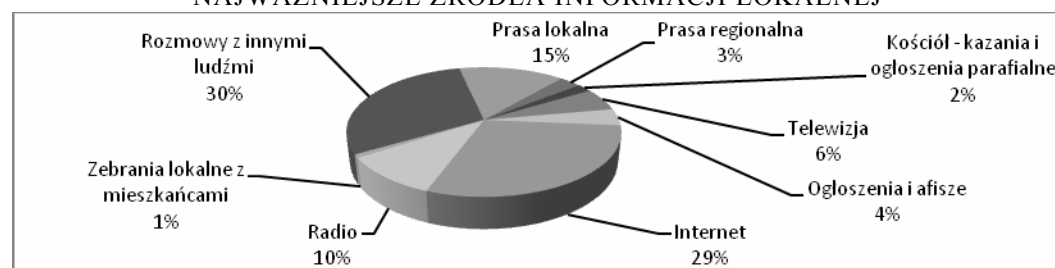
Źródła informacji lokalnej, jakie internauci wymieniali w badaniu, to przede wszystkim rozmowy z innymi ludźmi (83%), Internet (51,27%), ogłoszenia i afisze (41,72%) oraz prasa lokalna (39,84%, 25,78% to wskazanie prasy samorządowej).

WYKRES 251 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Za najważniejsze źródła informacji lokalnej internauci uznali rozmowy z innymi ludźmi (30% odpowiedzi), Internet (29%), prasę lokalną (15%) oraz radio (10%). Rozmowy z innymi ludźmi były najważniejszym źródłem dla mieszkańców Bielska-Białej, Bierunia, Ornontowic i Pawłowic a Internet – dla mieszkańców Sosnowca (tabela 133). Internet jest najważniejszym źródłem informacji lokalnej dla osób w wieku 20-44 lat, osoby starsze i młodsze preferują raczej rozmowy z innymi ludźmi. Prasa lokalna zaś była najczęściej wybierana przez osoby w wieku 35-44 lata oraz przez respondentów powyżej 50 roku życia (tabela 134).

WYKRES 252 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI LOKALNEJ



Bardzo duże zainteresowanie działalnością władz lokalnych deklaruje 51 spośród 644 ankietowanych osób, duże 98, średnie 222, słabe 150 a 115 osób w ogóle nie interesuje się tą tematyką. Średnie zainteresowanie w 5-punktowej skali wyniosło 2,68. Najwyższe przeciętne zainteresowanie lokalnymi władzami deklarowali mieszkańcy Ornontowic – 3,0, dalej w kolejności: pawłowiczanie – 2,94, sosnowiczanie – 2,69, bielszczanie – 2,65, najsłabiej zainteresowani byli bierunianie – 2,56, jednak różnice w średnich wynikach są bardzo nieduże (tabela 135).

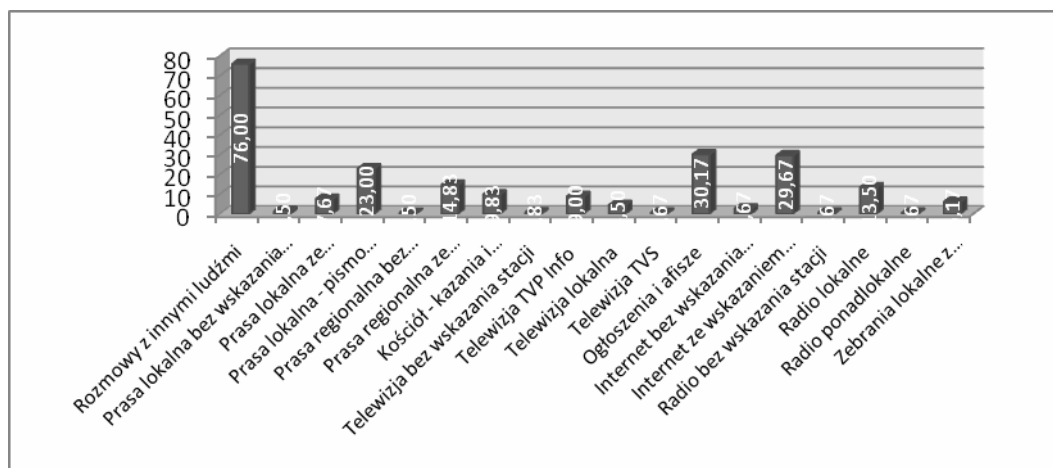
23 osoby stwierdziły, że czują się bardzo dobrze poinformowane o działalności władz lokalnych w swojej miejscowości, 84 czuły się poinformowane dobrze, 170 średnio, 207 słabo a 152 bardzo słabo. Daje to średni wynik poczucia poinformowania 2,37, przy czym najlepiej poinformowani czują się ornontowiczanie (2,74), dalej mieszkańcy Pawłowic (2,61), Bielska-Białej (2,48), Bierunia (2,37) i Sosnowca najmniej (2,2) (tabela 136).

Wśród najważniejszych osób w badanych miejscowościach najlepiej znane jest nazwisko prezydenta/burmistrza/wójta – zna je 84,8% respondentów. Nazwisko przewodniczącego Rady Miasta/Gminy jest w stanie wymienić 27,8%, proboszcza swojej parafii 51,7% a kierownika Domu Kultury – 15,9%. Nazwisko prezydenta miasta znało najwięcej bielszczan (92%), przewodniczącego Rady Gminy i kierownika Domu Kultury najczęściej wymieniali mieszkańcy Pawłowic (odpowiednio 57 i 35%) a księdza proboszcza Ornontowic (89,7%). Najmniej respondentów wymieniło nazwisko przewodniczącego Rady Miasta w Bielsku-Białej (79%), a prezydenta, księdza proboszcza i kierownika Domu Kultury – w Sosnowcu (odpowiednio 18,9, 64,2 oraz 91,8%) (tabela 137).

Uczestnictwo w każdych wyborach samorządowych deklaruje 38,9% ankietowanych internautów, w prawie każdych – 15,5%, rzadko głosuje 9,8%, prawie nigdy 5,7% a nigdy 28,7%. Najchętniej głosują mieszkańcy Ornontowic a najmniej chętnie – Bierunia (tabela 138).

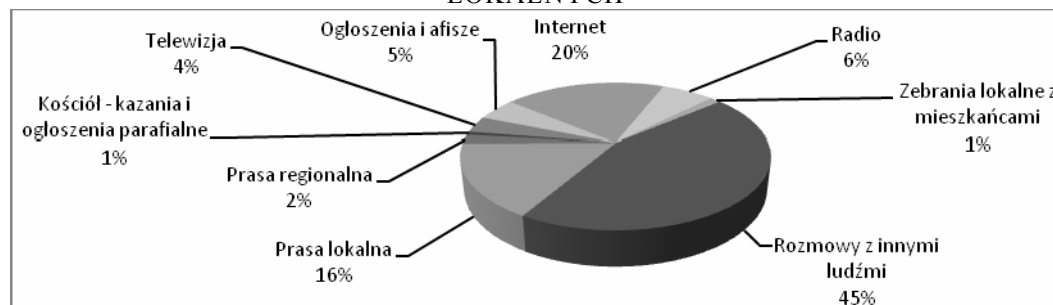
Źródłami informacji o działalności władz lokalnych są dla internautów rozmowy z innymi ludźmi (76%), Internet (32,34%), prasa lokalna (32,17%, 23% ze wskazaniem na pismo samorządowe) oraz ogłoszenia i afisze (30,17%).

WYKRES 253 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE,
ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Najważniejszymi źródłami informacji o działalności władz okazały się dla internautów rozmowy z innymi ludźmi (45% odpowiedzi), Internet (20%) oraz prasa lokalna (16%). Rozmowy z innymi ludźmi wskazano jako najważniejsze źródło informacji we wszystkich badanych miejscowościach, przy czym najwięcej osób wskazało je w Bieruniu (ponad 60%) a najmniej w Ornontowicach (tabela 139).

WYKRES 254 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH



Poparcie dla władz lokalnych deklaruje 11,8% ankietowanych internautów, 34,16% popiera większość decyzji, 23,9% popiera nieliczne decyzje, 4,9% nie popiera władz wcale a 23,9% nie ma zdania na ten temat. Największym poparciem władza samorządowa cieszy się w Pawłowicach (72,8% respondentów popiera wszystkie lub większość decyzji), najmniejszym zaś – w Sosnowcu (34,1%) oraz Bieruniu (37,7%). Największy odsetek deklarujących, że nie popierają władz wcale, wystąpił w Bielsku-Białej (6,3%) oraz w Sosnowcu (5,3%) (tabela 140).

Pismo samorządowe czyta 66,6% internautów, którzy wzięli udział w badaniu. W grupie tej systematycznie pismo samorządowe czyta 24%, od czasu do czasu 31% a sporadycznie 43%. Największe deklarowane czytelnictwo

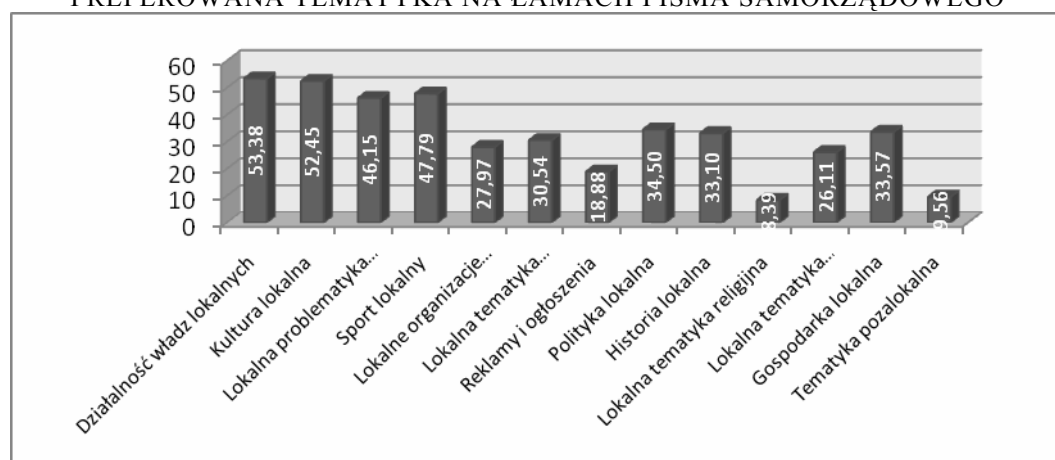
występuje w Pawłowicach (96,1% respondentów), nieco mniej osób czyta „Rodnię” (90,5% bierunian), „Głos Ornontowic” (81,2%), „Kurier Miejski” (60,5%) a najmniej „W Bielsku-Białej” (52,7%). Największy odsetek stałych czytelników ma pismo z Ornontowic, a najmniejszy – z Sosnowca (tabela 141).

Większość respondentów (54,3%) nie pamięta, od kiedy czyta pismo samorządowe. 14,2% czyta pismo od czasu jego powstania, 11,6% od 5 lat, 13,3% od 2 lat a 4,6% od roku (por. tabela 142).

Płeć raczej nie jest cechą determinującą czytelnictwo prasy samorządowej wśród internautów (tabela 143), natomiast czytelnictwo tego typu prasy zdecydowanie zwiększa się z wiekiem (tabela 144). Najchętniej po tego rodzaju periodyki sięgają osoby z wykształceniem średnim, a najmniej chętnie – z zasadniczym zawodowym i podstawowym (tabela 145). Osoby popierające działalność lokalnych władz zdecydowanie chętniej czytają pisma samorządowe, niż respondenci deklarujący brak poparcia dla władz lub brak zainteresowania ich działalnością (tabela 146). Podobną zależność można zaobserwować pomiędzy poczuciem związku z miejscowością a czytelnictwem (tabela 147) oraz pomiędzy zainteresowaniem sprawami lokalnymi a czytelnictwem (tabela 148).

Powody, dla jakich prasa samorządowa jest czytana, to przede wszystkim poszukiwanie informacji lokalnej (52,9% odpowiedzi), ciekawość (10,5%), poszukiwanie rozrywki (7,7%), czytelnictwo przypadkowe (6,7%) oraz fakt, że jest darmowe (4,4%) (por. tabela 149). Tematyka, najbardziej interesująca internautów w pismach samorządowych, to głównie działalność władz lokalnych (53,38%), kultura lokalna (52,45%), sport lokalny (47,79%) oraz lokalna problematyka społeczna (46,15%). Najmniejszym zainteresowaniem cieszy się lokalna tematyka religijna oraz tematyka pozalokalna.

WYKRES 255 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, PREFEROWANA TEMATYKA NA ŁAMACH PISMA SAMORZĄDOWEGO



Zapytani, czego jest za dużo w piśmie samorządowym, internauci odpowiadali najczęściej, że reklam (19,6% czytających), relacjonowania działalności władz (9,8%), ogłoszeń urzędowych (5,12%) oraz stroniczości (3,5%), przy czym na nadmiar reklam skarżą się najbardziej czytelnicy „Rodni” (31,25% czytających) i „Kuriera Miejskiego” (30,65%), natomiast na nadmiar relacjonowania działalności władz czytelnicy „W Bielsku-Białej” (13,5%) i „Kuriera Miejskiego” (10,9%) a najmniej – „Rodni” (4,16%) (tabela 150). Za mało, według osób badanych, jest w pismach samorządowych konkretnych informacji (14,9%), materiałów o tematyce kulturalnej (12,6%) oraz dotyczących bieżącego życia społecznego (5,8%) (rozkład odpowiedzi dla poszczególnych miejscowości w tabeli 151). Najczęściej postulowane zmiany w pismach samorządowych to zobiektywizowanie publikacji (4,9%), zwiększenie objętości (3,3%), usprawnienie kolportażu (3%), poprawa szaty graficznej (2,8%) oraz zmiana składu redakcji (1,9%), przy czym postulat zmiany składu redakcji nie pojawia się w ogóle w odpowiedziach czytelników „Rodni” i „Głosu Ornontowic” (tabela 152).

Całkowite zaufanie do pisma samorządowego w swojej miejscowości deklaruje 25,4% czytelników, 64,3% ufa średnio, raczej nie ufa 5,8%, a zupełnie nie ufa – 2,5%. Największym bezwzględnym zaufaniem czytelników cieszą się „Racje Gminne” – 31% ufających w zupełności oraz „Głos Ornontowic” – 29,4%, natomiast największy odsetek deklarujących zupełny brak zaufania obserwujemy wśród czytelników „Kuriera Miejskiego” – 5% zupełnie nie ufa informacjom

zamieszczanym na jego łamach, tu też występuje najmniejszy odsetek zupełnego zaufania – 22,6% (tabela 153).

Większość internautów jest przekonana, że pisma samorządowe nikogo na swoich łamach nie faworyzują, choć 15,8% jest przekonanych, że faworyzowane są władze lokalne. Najczęściej takie przekonanie reprezentują mieszkańcy Bierunia – 20,8% czytających pismo samorządowe a najrzadziej – Sosnowca – 13,1% (tabela 154). W odpowiedziach na pytanie, kogo się zwalcza na łamach prasy samorządowej, najczęściej wymienia się opozycję obecnych władz – 2,3% (tylko w Bielsku-Białej i Sosnowcu), niezależne opinie – 1,2% oraz inne tytuły prasowe – 0,9% (w Bielsku-Białej, Bieruniu i Sosnowcu – por. tabela 155). 22,3% czytelników pism samorządowych jest przekonanych, że są one zależne od władz lokalnych. Najczęstsze takie przekonanie występuje u internautów z Bielska-Białej – 25,4% oraz z Sosnowca – 24% a najmniejsze wśród mieszkańców Pawłowic – 18,9% i Bierunia – 18,7% (tabela 156).

Dla większości czytających pisma samorządowe – 50,1% - przedstawiają one obraz rzeczywistości raczej zgodny ze stanem faktycznym, dla 13,2% obraz ten jest całkowicie zgodny z rzeczywistością, według 16,3% pisma te idealizują rzeczywistość, natomiast 17,9% nie ma na ten temat zdania. Najwięcej osób przekonanych o zupełnej zgodności czy też względnej zgodności tego obrazu z rzeczywistością jest wśród czytelników „Racji Gminnych” – 70,2% oraz „W Bielsku-Białej” – 69,5%, natomiast opinia, że pismo idealizuje rzeczywistość pojawia się najrzadziej w odpowiedziach czytelników „Głosu Ornontowic” – 8,8% i „Racji Gminnych” – 14,8% (tabela 157). Według większości czytających (52,7%), pisma samorządowe są potrzebne mieszkańcom, prawie czwartej części (23,3%) jest obojętne, czy się ukazują, 12% uważa, że musiałyby się zmienić, aby być potrzebne, 8,8% jest zdania, że są one bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom a 1% uważa, że są w ogóle niepotrzebne. Najbardziej o tym, że pismo jest potrzebne mieszkańcom są przekonani czytelnicy „Głosu Ornontowic” – 73,5% a o tym, że jest bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom – „W Bielsku-Białej” – 11% (tabela 158).

Badania nad społecznym odbiorem prasy samorządowej w wybranych miejscowościach województwa śląskiego były, jak już wspomniano, prowadzone dwutorowo – „papierowe” ankiety rozpowszechniono wśród mieszkańców Bielska-Białej, Bierunia, Ornontowic, Pawłowic i Sosnowca, natomiast linki do kwestionariusza internetowego zamieszczono na portalach danych miejscowości. Próby różnią się między sobą przekrojem demograficznym – badania ankietowe przeprowadzono na próbie reprezentatywnej, natomiast internetowe – na próbie osób, które spontanicznie zgodziły się wziąć udział w badaniu. Poniżej zostaną przedstawione podobieństwa i różnice wyników uzyskanych na tych dwóch próbach, jednak wszelkie wnioskowanie, ze względu na poprawność metodologiczną badań, będą prowadzone na podstawie badań ankietowych.

Średnie poczucie związku z miejscem zamieszkania okazało się wyższe wśród internautów, jednak różnica w skali 5-punktowej wyniosła zaledwie 0,28 (średnia w badaniach ankietowych - 3,9, w badaniach internetowych – 4,18). W badaniu ankietowym kolejno najbardziej związani z miejscem zamieszkania czuli się mieszkańcy: Ornontowic, Bielska-Białej, Pawłowic, Sosnowca i Bierunia; w internetowym: Pawłowic, Bielska-Białej, Ornontowic, Sosnowca i Bierunia, a więc różnice wystąpiły jedynie pomiędzy skalą poczucia związku u ornontowiczian i pawłowiczian. Średnie deklarowane zainteresowanie sprawami lokalnymi oraz poczucie poinformowania były w obu badanych grupach bardzo podobne.

Preferowane źródła informacji lokalnej to w grupie badanej za pomocą kwestionariuszy papierowych prasa lokalna, rozmowy z innymi ludźmi i Internet a wśród internautów – rozmowy z innymi ludźmi, Internet i prasa lokalna.

Największe zainteresowanie działalnością władz lokalnych w obu badanych grupach wykazywali mieszkańcy Ornontowic i Pawłowic, najmniejsze zaś – w grupie ankietowanej Bielska-Białej a internetowej – Bierunia. Poczucie poinformowania jest w obu grupach takie samo, to znaczy tymi, którzy czują się najlepiej poinformowani są mieszkańcy Ornontowic i Pawłowic a najgorzej – Sosnowca. Najczęściej w wyborach samorządowych w obu grupach uczestniczą ornontowiczanie, natomiast najrzadziej w grupie badanej tradycyjnie – mieszkańcy Pawłowic, a wśród internautów – mieszkańcy Bierunia. Najważniejszym źródłem informacji o działalności lokalnych władz okazały się

rozmowy z innymi ludźmi, na drugim miejscu w grupie tradycyjnej – prasa lokalna a internetowej – Internet. Największe poparcie dla władz w obu grupach deklarują paw łowiczanie i ornontowiczanie.

Poziom czytelnictwa prasy samorządowej jest bardzo podobne wśród respondentów tradycyjnych i internautów i wynosi niespełna 67%, przy czym w badaniu tradycyjnym największy odsetek czytelników ma „Głos Ornontowic” a w internetowym – „Racje Gminne”, natomiast niezmiennie najmniej chętnie czytany pismami pozostają „W Bielsku-Białej” i „Kurier Miejski”. W obu grupach pismo samorządowe czytają równie chętnie mężczyźni i kobiety, raczej powyżej 20 roku życia, wśród czytających największy udział mają osoby z wykształceniem średnim, natomiast osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym i podstawowym czytają mniej chętnie. Podobnie w obu grupach czytelnictwo jest pozytywnie sprzężone z poczuciem związku z miejscem zamieszkania, poparciem dla władz lokalnych oraz zainteresowaniem kwestiami lokalnymi.

Powody, wskazywane przez wszystkich ankietowanych jako główne przyczyny czytelnictwa prasy samorządowej, to zarówno wśród osób objętych badaniem tradycyjnym, jak i wśród internautów, poszukiwanie informacji lokalnej, ciekawość, poszukiwanie rozrywki i czytelnictwo przypadkowe. W obu grupach mamy do czynienia z identycznym rozkładem najbardziej popularnej tematyki w piśmie – działalność władz lokalnych, kultura, sport, życie społeczne. W opinii respondentów za dużo jest w pismach samorządowych reklam i polityki (relacjonowania działalności władz), przy czym internauci kładą większy nacisk na reklamy. Za mało jest konkretnych informacji, kultury i informacji o życiu społecznym. W badanych grupach występują różnice, jeżeli chodzi o przekonanie, co należy zmienić w periodykach samorządowych. Otóż, według respondentów badanych metodą tradycyjną należy, przede wszystkim, zamieszczać więcej konkretnych informacji, zmienić skład redakcji i usprawnić kolportaż a według internautów – zobiektywizować pisma, zwiększyć ich objętość oraz usprawnić kolportaż.

Największe zaufanie do informacji zamieszczanych w pismach samorządowych w obu badanych grupach deklarują mieszkańcy Ornontowic i Pawłowic. Najmniejsze zaś - w grupie badanej za pomocą papierowych

kwestionariuszy – mieszkańcy Bierunia a w grupie badanej internetowo – mieszkańcy Sosnowca. W obu grupach respondenci są przekonani, że najbardziej w prasie samorządowej faworyzuje się władze, zwalcza opozycję a pisma są zależne od władz lokalnych, przy czym przekonanie to najsilniejsze jest wśród osób z Bielska-Białej.

Reasumując, można stwierdzić, że odpowiedzi respondentów są podobne w grupie badanej metodą tradycyjną i w grupie internautów. Świadczyć to może o tym, że przekonania respondentów na temat właściwości komunikowania lokalnego są bardziej zależne od miejsca zamieszkania, niż od zmiennych demograficznych.

PODSUMOWANIE

Strona | 357

ZAWARTOŚĆ PISM SAMORZĄDOWYCH A ICH SPOŁECZNY ODBIÓR

Przeprowadzone badania nad pięcioma tytułami prasy samorządowej województwa śląskiego oraz ich społecznym odbiorem wykazały na bardzo duże zróżnicowanie w funkcjonowaniu tego typu periodyków. Różnice te związane są nie tylko z różnym poziomem ich upolitycznienia, ale również z tematyką publikacji lokalnych, rodzajem zamieszczanych materiałów niedziennikarskich oraz postrzeganiem pism przez czytelników. Zanim więc dokonana zostanie weryfikacja hipotez badawczych, związanych przede wszystkim z upolitycznieniem prasy samorządowej, zostaną zestawione wyniki prasoznawczej analizy zawartości poszczególnych tytułów z wynikami badań ich społecznego odbioru.

„Głos Ornontowic” a opinie mieszkańców gminy

„Głos Ornontowic” cieszy się największą poczytnością wśród badanych periodyków samorządowych. Jest przy tym najważniejszym źródłem informacji lokalnej oraz informacji o działalności lokalnych władz dla mieszkańców gminy Ornontowice.

Najchętniej czytana przez respondentów tematyką na łamach pisma jest problematyka związana z działalnością władz lokalnych, sport i kultura oraz historia lokalna. Prasoznawcza analiza zawartości wykazała, że w piśmie dominuje tematyka sportowa, oświatowa i kulturalna oraz życie społeczne i obyczajowe. Hierarchia najważniejszych tematów nie jest więc do końca zgodna z oczekiwaniami czytelników, jednak deklarują oni raczej zadowolenie z jego zawartości, a postulowane zmiany w piśmie, to głównie zamieszczanie materiałów rozrywkowych (krzyżówki, zagadki, horoskopy, humor), których, faktycznie, w piśmie nie ma wcale albo prawie wcale.

Ornontowiczanie są skłonni do wysokiego albo bardzo wysokiego poziomu deklarowanego zaufania do pisma. Wśród stu ankietowanych osób tylko jedna stwierdziła, że jest ono zależne od lokalnych władz – pozostałe osoby są przekonane o tym, że pismo jest niezależne, że nikogo na swoich łamach nie faworyzuje ani nie zwalcza. Można to tłumaczyć niskim relatywnie upolitycznieniem publikacji w nim zawartych (średnie upolitycznienie wyniosło 40%, a upolitycznienie publikacji nie związanych bezpośrednio z działalnością lokalnych władz – 29%).

„Głos Ornontowic” jest pismem o bardzo wysokiej zawartości materiałów o wydźwięku aprobatywnym (51%), dziwi więc fakt, że większość czytelników jest przekonana, że przedstawia ono na swoich łamach obraz rzeczywistości całkowicie zgodny albo raczej zgodny ze stanem faktycznym, żaden respondent nie jest zdania, że obraz ten jest wyidealizowany. Prawie wszystkie osoby czytające pismo są przy tym zdania, że jest ono potrzebne mieszkańcom gminy – tylko jednej jest obojętne, czy się ono w ogóle ukazuje. Być może, mieszkańcy gminy są przekonani o wyjątkowości zamieszkiwanej przez siebie miejscowości i relacjonowanie wydarzeń mających w niej miejsce w pozytywnym kontekście nie tylko nie razi ich, ale jest wręcz powodem do dumy i utwierdza ich w przekonaniu, że pismo jest im potrzebne. Wynika to, zapewne, z dużego związku mieszkańców z Ornontowicami.

„Kurier Miejski” a opinie mieszkańców Sosnowca

„Kurier Miejski” jest pismem czytany przez nieco ponad połowę (54 osoby) respondentów z Sosnowca, przy czym nie jest on wymieniany wśród najważniejszych źródeł informacji lokalnej, natomiast wśród źródeł informacji na temat działalności władz samorządowych prasa lokalna jest wymieniana na trzecim miejscu, trzeba jednak pamiętać, że w Sosnowcu ukazują się też inne tytuły prasowe (choć 11 osób ankietowanych wymienia właśnie tytuł „Kurier Miejski”).

Tematyka, jaka czytelników interesuje w piśmie najbardziej to działalność władz lokalnych, kultura lokalna, sport lokalny i lokalna problematyka społeczna.

W zawartości „Kuriera Miejskiego” najwięcej jest materiałów o kulturze, sporcie, działalności władz lokalnych oraz o oświacie, co mniej więcej pokrywa się z oczekiwaniami czytelników. Główne zarzuty stawiane pismu to zbyt duża ilość materiałów o działalności lokalnych władz i reklam a zbyt mała – kultury i sportu, co może dziwić w kontekście tego, że to właśnie kultura i sport są najczęściej poruszaną tematyką w piśmie. Reklam zaś, faktycznie, jest dużo, stanowią one niemal połowę materiałów niedziennikarskich. Główne postulowane zmiany w piśmie to usprawnienie kolportażu (pismo jest dostępne w urzędach i innych obiektach publicznych, ale nie jest dostarczane bezpośrednio do mieszkań) oraz zamieszczanie większej ilości konkretnych informacji.

Przeważająca większość respondentów (88%) ufa informacjom zamieszczanym na łamach „Kuriera Miejskiego” (w zupełności lub średnio), choć 18,5% czytających uważa, że pismo faworyzuje na swoich łamach władze lokalne a 24% jest zdania, że jest od tych władz zależne. Upolitycznienie publikacji w piśmie jest przy tym niezbyt wysokie (poniżej 50%, w ostatnim badanym roku nawet 34%) podobnie jak upolitycznienie materiałów niezwiązanych z działalnością lokalnych władz (22,5%).

Wydźwięk większości publikacji w piśmie (85%) jest neutralny, materiały aprobatywne stanowią 12,5% a krytyczne są raczej incydentalne. Mimo to, prawie 15% respondentów jest zdania, że pismo na swoich łamach idealizuje rzeczywistość. Ponad połowa jednak (54%) jest przekonana, że pismo jest potrzebne mieszkańcom miasta, natomiast 5,5% czytających jest zdania, że bardziej jest potrzebne władzom niż sosnowiczanom.

„Racje Gminne” a opinie mieszkańców Pawłowic

„Racje Gminne” są czytane przez 68 spośród 100 respondentów z Pawłowic. Prasa lokalna jest dla nich drugim, po rozmowach z innymi ludźmi, źródłem informacji o wydarzeniach lokalnych i o działalności lokalnych władz („Racje Gminne” są wymieniane przez przeważającą większość osób wskazujących prasę lokalną).

Pawłowiczanie najchętniej czytają w piśmie samorządowym na temat kultury, sportu i działalności władz lokalnych. „Racje Gminne” najczęściej uwagi na swoich łamach poświęcały tematyce sportowej, życiu społeczno-obyczajowemu i działalności władz lokalnych. 8,8% respondentów jest w związku z tym przekonanych, że w piśmie za dużo pisze się o władzach, podobna ilość narzeka na zbyt dużą ilość reklam, których ilość wahała się w piśmie w ciągu badanych pięciu lat, nigdy jednak nie przekroczyła 30% powierzchni publikacji niedziennikarskich. Paradoksalnie, czytelnicy „Racji Gminnych” zapytani, czego jest w piśmie za mało, najczęściej odpowiadają, że konkretnych informacji i sportu, którego akurat jest w piśmie najwięcej. Wśród postulatów, co należy w piśmie zmienić, nie przeważa szczególnie żaden głos, ale pojawiają się opinie, że należałoby pismo zobiektywizować i zmienić skład jego redakcji.

Zaufanie do „Racji Gminnych” sięga 88% (ufających w zupełności i średnio), choć ponad 10% respondentów uważa, że na ich łamach faworyzowane są władze gminne a prawie 12% jest zdania, że pismo jest od władz zależne. Upolitycznienie publikacji w nim nie przekroczyło tymczasem nigdy 41% wszystkich publikacji, natomiast upolitycznienie materiałów nie związanych z działalnością władz lokalnych nie było nigdy wyższe niż 26%, nie należy jednak zapominać, że działalność władz znalazła się w pierwszej trójce najczęściej poruszanych tematów w piśmie.

Według 60% czytających „Racje Gminne” obraz rzeczywistości przedstawiany na ich łamach jest całkowicie zgodny albo raczej zgodny ze stanem faktycznym, jednak ponad 10% uważa, że pismo idealizuje rzeczywistość. Poziom publikacji neutralnych wahał się tymczasem w badanych latach między 72 a 79%, podczas gdy aprobatywnych było między 20 a 26% (z nieznacznym wzrostem w ostatnich 3 latach). 72% respondentów, mimo wszelkich zastrzeżeń, jest przekonanych, że pismo jest potrzebne mieszkańcom Pawłowic a jedynie 5,9% jest zdania, że jest ono bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom.

„Rodnię” czyta 79 spośród 103 ankietowanych mieszkańców Bierunia. Wśród najważniejszych źródeł informacji lokalnej prasa lokalna jest wymieniana na drugim miejscu, zaraz po rozmowach z innymi ludźmi. Wśród najważniejszych źródeł informacji o działalności władz lokalnych prasa lokalna także zajmuje drugie miejsce („Rodnia” jest wymieniana przez 26 z 41 respondentów wskazujących prasę lokalną wśród źródeł informacji).

Tematyką, jaka interesuje bierunian najbardziej w piśmie samorządowym, jest działalność władz lokalnych, kultura, życie społeczne i sport. „Rodnia” publikuje najczęściej materiały o działalności władz lokalnych, oświacie, kulturze i sporcie, więc struktura pisma wydaje się być zbliżona do preferencji czytelników. Jednak aż 15 osób stwierdziło, że w piśmie za dużo jest materiałów o działalności władz miejskich. Zbyt dużo też jest według respondentów reklam, które, faktycznie, dominowały wśród materiałów niedziennikarskich, niewiele mniej było ogłoszeń urzędowych. Respondenci uważają, że w piśmie za mało jest konkretnych informacji, sportu, kultury i życia społecznego, co jest zgodne ze wskazywaną przez nich preferowaną tematyką i odzwierciedla niezadowolenie z faktu, że 1/3 publikacji lokalnych stanowią informacje o władzach.

„Rodni” ufa 67 spośród 79 (84,8%) czytających ją mieszkańców Bierunia, choć 13 osób (16%) jest zdania, że na jej łamach faworyzuje się władze miejskie, tyle samo osób uważa, że pismo jest od władz zależne. Nie dziwi to w kontekście przewagi w piśmie materiałów o działalności władz i ponad 50% upolitycznienia publikacji lokalnych i ponad 23% upolitycznienia materiałów nie związanych z działalnością władz.

Dla 39 osób (49%) czytających „Rodnię” obraz rzeczywistości przedstawiany na jej łamach jest całkowicie lub raczej zgodny ze stanem faktycznym. 9 osób (11,4%) uznało, że jest wyidealizowany. Wydźwięk publikacji w piśmie jest w przeważającej większości neutralny, choć te o wydźwięku aprobatywnym przekroczyły 23%. Choć wydźwięk krytyczny należał do rzadkości, to 1 osoba stwierdziła, że pismo prezentuje bardziej czarny obraz rzeczywistości, niż ma to miejsce faktycznie. Ponad połowa respondentów (55,7%) jest zdania, że mimo wszystko pismo jest potrzebne mieszkańcom Bierunia, jednak 10% uważa, że bardziej potrzebują go władze, niż mieszkańcy.

„W Bielsku-Białej” a opinie mieszkańców miasta

Strona | 362

Magazyn Samorządowy „W Bielsku-Białej” czyta mniej niż połowa, bo tylko 38 osób ankietowanych mieszkańców miasta. Prasa lokalna jest, co prawda, najważniejszym źródłem informacji lokalnej dla bielszczan, jednak tylko 15 spośród 53 osób wskazujących to źródło wymieniło tytuł „W Bielsku-Białej”. Wśród najważniejszych źródeł o działalności władz lokalnych mieszkańcy Bielska-Białej chętniej wymieniają rozmowy z innymi ludźmi, niż prasę lokalną.

Preferowaną przez czytelników pisma tematyką jest kultura, działalność władz lokalnych, lokalna problematyka społeczna i historia, tymczasem na łamach pisma publikuje się najwięcej informacji o działalności władz i kulturze oraz o sporcie. Najczęstszym zarzutem stawianym pismu jest nadmiar ogłoszeń urzędowych (które stanowią ponad 76% materiałów niedziennikarskich) oraz zbyt duża ilość publikacji o działalności władz. Bielszczanie są zdania, że w piśmie za mało jest przede wszystkim, paradoksalnie, materiałów o działalności władz oraz konkretnych informacji.

Zaufanie do pisma deklarują 34 spośród 38 czytających je osób (89,5%). Aż 17 (44,7% czytających) uznało, że faworyzuje się w nim władze lokalne a 16 (42%) – że jest ono od władz zależne, co nie dziwi w kontekście poziomu upolitycznienia pisma, które wynosiło we wszystkich badanych latach ponad 50% a upolitycznienie publikacji nie związanych z działalnością władz – ponad 30%.

16 osób (42%) uważa, że obraz przedstawiany na łamach „W Bielsku-Białej” jest całkowicie lub raczej zgodny ze stanem faktycznym, natomiast aż 15 (39,5%) jest zdania, że pismo idealizuje rzeczywistość. Wydźwięk publikacji w piśmie był tymczasem w przeważającej większości (w granicach 80%) neutralny a tylko nieco ponad 18% publikacji miało wydźwięk aprobatywny. 23 osoby (60,5%) są przy tym zdania, że pismo jest potrzebne mieszkańcom miasta a 6 (15,8%), że bardziej potrzebują go władze, niż mieszkańcy.

Pisma samorządowe czyta niespełna 67% ankietowanych mieszkańców Bielska-Białej, Bierunia, Ornontowic, Pawłowic i Sosnowca, przy czym najchętniej czytаныmi pismami okazały się „Głos Ornontowic”, „Rodnia” i „Racje Gminne”, mniej chętnie czytano zaś „W Bielsku-Białej” i „Kurier Miejski”. Można więc wskazać pewną zależność, polegającą na tym, że chętniej pisma samorządowe czytają mieszkańcy miejscowości, w których nie ukazuje się prasa alternatywna niż tych miast, gdzie na rynku prasowym ukazują się inne tytuły. Zaprzeczeniem dla tego wniosku jest tylko Bieruń, w którym ukazuje się oprócz „Rodni” również „Nowa Rodnia”, a jednak bierunianie w przeważającej większości deklarują czytelnictwo pisma samorządowego. Prasa lokalna jest jednym z najważniejszych źródeł informacji lokalnej, choć najchętniej wskazywali ją mieszkańcy Ornontowic i Bielska-Białej, natomiast w pozostałych miejscowościach ustępowała ona rozmowom z innymi ludźmi. O działalności władz lokalnych w badanych miejscowościach respondenci wolą dowiadywać się z rozmów z innymi ludźmi (za wyjątkiem mieszkańców Ornontowic, którzy preferują prasę lokalną).

Tematyka, jaka najbardziej interesuje respondentów w pismach samorządowych, to działalność władz lokalnych, kultura, sport oraz problematyka społeczna. Wyniki prasoznawczej analizy zawartości wybranych tytułów wykazują, że pisma samorządowe na swoich łamach najwięcej uwagi poświęcają działalności władz lokalnych, kulturze i sportowi, co wydaje się być zgodne z oczekiwaniami czytelników, jednak 12% czytających pisma samorządowe uznało, że jest w nich za dużo relacjonowania działalności władz. Najbardziej na nadmiar publikacji o władzach narzekają czytelnicy „Rodni” i „Kuriera Miejskiego” a najmniej – „Głosu Ornontowic”, co jest zgodne z zawartością tych tytułów, bo najwięcej o władzach, faktycznie, pisze się w „Rodni” a najmniej – w „Głosie Ornontowic”. Sporo respondentów jest też zdania, że za mało pisze się o kulturze, sporcie i życiu społecznym. Wśród zarzutów, stawianych pismom samorządowym, często pojawia się też przekonanie, że za dużo w nich jest reklam, które stanowią 21,5% powierzchni materiałów niedziennikarskich.

Ponad 90% respondentów ufa (zupełnie lub w dużym stopniu) informacjom zamieszczanym na łamach pisma samorządowego – największym zaufaniem cieszy się „Głos Ornontowic” i „Racje Gminne” a najmniejszym –

„Rodnia”. Prawie 14% respondentów jest zdania, że pisma samorządowe faworyzują na swoich łamach władze lokalne a 15% - że są one od tych władz zależne. Najbardziej o wpływie władz na pisma są przekonani mieszkańcy Bielska-Białej, Sosnowca i Bierunia. Analiza zawartości wykazała, że największym upolitycznieniem charakteryzują się publikacje w „W Bielsku-Białej” i „Rodni” oraz „Kurierze Miejskim” a najmniejszym – w „Racjach Gminnych”, więc odczucia czytelników wydają się mieć oparcie w faktycznej zawartości pism samorządowych, choć dziwi nieco relatywnie wysokie przekonanie o upolitycznieniu pisma wśród czytelników „Kurierza Miejskiego”, którego upolitycznienie nigdy nie zbliżyło się do symbolicznej granicy 50%, zaś w ostatnich latach wyraźnie spada.

Ponad połowa (61,5%) respondentów jest przekonana, że pisma samorządowe przedstawiają obraz całkowicie lub raczej zgodny ze stanem faktycznym, natomiast 11,5% jest przekonanych, że idealizują one rzeczywistość. O owym wyidealizowanym obrazie rzeczywistości najbardziej przekonani są mieszkańcy Bielska-Białej i Sosnowca, podczas gdy największy odsetek publikacji o aprobatywnym wydźwięku pojawiło się w „Głosie Ornontowic” i w „Rodni”. 72% czytających pisma samorządowe jest przekonanych, że są one potrzebne mieszkańcom, natomiast 6,5% - że bardziej są potrzebne władzom niż społecznościom lokalnym. Najbardziej o potrzebie wydawania tego rodzaju pism są przekonani mieszkańcy Ornontowic i Pawłowic, a więc miejscowości, gdzie nie występują na rynku prasowym tytuły alternatywne. O tym, że pisma są bardziej potrzebne władzom przekonani są mieszkańcy Bielska-Białej i Bierunia, a więc tam, gdzie pisma samorządowe charakteryzują się najwyższym poziomem upolitycznienia.

WERYFIKACJA HIPOTEZ BADAWCZYCH

Przystępując do badań nad wybranymi tytułami prasy samorządowej i ich społecznym odbiorem, autorka za cel postawiła sobie wykazanie, na ile pisma tego typu są upolitycznione i od czego jest to zależne. Na potrzeby projektu badawczego sformułowano szereg hipotez szczegółowych, których weryfikację stanowią wyniki badań empirycznych nad zawartością pism samorządowych i ich społecznym odbiorem:

- Struktura tematyczna publikacji lokalnych w badanych periodykach samorządowych skłania ku przyjęciu hipotezy szczegółowej nr 1, która brzmi: *W prasie samorządowej przeważają publikacje dotyczące działalności władz lokalnych*. Tematyka działalności władz lokalnych stanowiła 21,24% powierzchni publikacji lokalnych w badanych tytułach prasy samorządowej, przeważając nad pozostałymi kategoriami tematycznymi, należy więc uznać, że pisma samorządowe skupiają się przede wszystkim na relacjonowaniu działalności władz lokalnych i instytucji im podległych. Za przyjęciem tej tezy przemawia też fakt, że wśród materiałów niedziennikarskich dominującą kategorią okazały się komunikaty urzędowe.
- Średnie upolitycznienie publikacji nie związanych bezpośrednio z działalnością lokalnych władz, wynoszące w badanych tytułach 26,41%, decyduje o odrzuceniu hipotezy nr 2: *W publikacjach nie dotyczących bezpośrednio działalności władz przeważają te, w których bohaterami są przedstawiciele lokalnych władz bądź partii politycznych, z którymi są one związane*. Pisma samorządowe o wydarzeniach nie związanych z działalnością władz piszą najczęściej w kontekście niepolitycznym, podejmują więc tę tematykę niezależnie od zaangażowania władz lokalnych w poszczególne przedsięwzięcia.
- Upolitycznienie publikacji lokalnych w badanych tytułach prasy samorządowej nie przekroczyło 50% (dokładnie wyniosło 47,65%), hipotezę nr 3: *W publikacjach lokalnych przeważają materiały upolitycznione* należy więc odrzucić. Publikacje lokalne prasy

samorządowej w większości (ale nieznacznej) nie są upolitycznione, większość materiałów ma więc charakter neutralny politycznie.

- Dynamiczny wzrost upolitycznienia publikacji lokalnych w roku wyborów samorządowych zaobserwowano tylko w jednym spośród pięciu badanych periodyków, więc hipotezę nr 4: *Upolitycznienie prasy samorządowej nasila się w okresie kampanii wyborczych* należy sfalsyfikować. W okresie kampanii wyborczych pisma samorządowe nie zamieniają się więc w tuby władzy, mające za zadanie ułatwić im zwycięstwo w kolejnych wyborach samorządowych.
- Na pytanie, kto wpływa na publikacje w pismach samorządowych, respondenci odpowiadali najczęściej, że przedstawiciele lokalnej władzy, należy więc przyjąć hipotezę nr 5: *Społeczny odbiór tytułów samorządowych wskazuje na przekonanie czytelników o realizowaniu na łamach tych pism polityki władz lokalnych*. Trzeba tu jednak dodać, że większość respondentów nie udzieliła w ogóle odpowiedzi na to pytanie.
- Hipoteza nr 6: *Społeczny odbiór tytułów samorządowych wskazuje na przekonanie czytelników o sprzyjaniu na ich łamach lokalnej grupie rządzącej* zostaje zweryfikowana pozytywnie, ponieważ władze lokalne okazały się grupą najczęściej wymienianą wśród podmiotów, jakie są faworyzowane w publikacjach prasy samorządowej.
- Najbardziej upolitycznione pod względem publikowanych treści okazały się tytuły: “Rodnia” i “W Bielsku-Białej” a najmniej – “Racje Gminne” i “Głos Ornontowic” co zdecydowanie przemawia za odrzuceniem hipotezy nr 7: *Tytuły, mające na lokalnym rynku konkurencję w postaci alternatywnych źródeł informacji publikują treści mniej upolitycznione niż te, które są jedynymi tytułami na rynku*. Okazuje się, że konkurencja na rynku nie jest dla tytułów samorządowych czynnikiem, zwiększającym obiektywność.
- Najbardziej przekonani o zależności pisma samorządowego od władz lokalnych są mieszkańcy Bielska-Białej i Sosnowca, zostaje więc sfalsyfikowana hipoteza nr 8: *Tytuły, mające na lokalnym rynku konkurencję w postaci alternatywnych źródeł informacji są w opinii swoich czytelników mniej upolitycznione niż te, które są jedynymi*

tytułami na rynku. Należy stwierdzić, że w miejscowościach, gdzie nie ma na rynku tytułu alternatywnego dla prasy samorządowej, czytelnicy bardziej identyfikują się z periodykiem, traktując go jako „swoje” pismo.

Strona | 367

- Wśród badanych tytułów znalazły się dwa pisma wydawane bezpłatnie. Upolitycznienie “Kuriera Miejskiego” okazało się niższe od średniego upolitycznienia o 4,32% (odchylenie standardowe dla upolitycznienia w badanych tytułach wyniosło 8,2%), natomiast upolitycznienie “W Bielsku-Białej” było o 8,83% większe, niż średnie, dlatego hipotezę nr 9: *Tytuły wydawane bezpłatnie są bardziej upolitycznione w treści od kolportowanych za opłatą* należy uznać za słuszną jedynie w odniesieniu do pisma z Bielska-Białej, natomiast w odniesieniu do sosnowieckiego periodyku jest ona fałszywa. Pamiętać należy, że jedno pismo płatne („Rodnia”) również okazało się upolitycznione powyżej przeciętnej, a różnica również była większa od odchylenia standardowego (8,99%), dlatego ostatecznie hipoteza o większym upolitycznieniu treści w pismach bezpłatnych zostaje sfalsyfikowana.
- Przekonanie o tym, że pisma samorządowe są zależne od władz lokalnych reprezentuje 15% czytających te periodyki. Dla dwóch tytułów przekonanie to okazało się większe od wartości średniej i były to tytuły bezpłatne, przy czym tylko w przypadku „W Bielsku-Białej” różnica ta okazała się większa od odchylenia standardowego i wyniosła 27%. Tak, czy inaczej to właśnie pisma bezpłatne są postrzegane przez czytelników jako najbardziej upolitycznione, więc hipoteza nr 10 *Tytuły wydawane bezpłatnie są w opinii swoich czytelników bardziej upolitycznione od kolportowanych za opłatą* zostaje zweryfikowana pozytywnie.
- Pisma kolportowane bezpłatnie to zarazem periodyki wydawane bądź przez Urząd Miasta, bądź przez specjalnie w tym celu powołane do tego spółki, więc hipoteza nr 11: *Tytuły, wydawane przez instytucje kultury są mniej upolitycznione w treści od pism wydawanych bezpośrednio przez urzędy lub specjalnie w tym celu powołane spółki są mniej upolitycznione od pism wydawanych bezpośrednio przez*

urzędy miasta/gminy, podobnie jak hipoteza nr 8, zostaje sfalsyfikowana, ponieważ tytułem najbardziej upolitycznionym w treści okazała się „Rodnia”, wydawana przez Bieruński Ośrodek Kultury.

Strona | 368

- W opinii czytelników najbardziej upolitycznione są tytuły „Kurier Miejski” i „W Bielsku-Białej”, co przemawia za przyjęciem ostatniej, 12 hipotezy: *Tytuły, wydawane przez instytucje kultury są mniej upolitycznione w opinii swoich czytelników od pism wydawanych bezpośrednio przez urzędy miasta/gminy lub specjalnie w tym celu powołane spółki są mniej upolitycznione od pism wydawanych bezpośrednio przez urzędy miasta/gminy.*

Wnioski

Wyniki badań pozwoliły na sfalsyfikowanie 7 z 12 hipotez badawczych, związanych z upolitycznieniem prasy samorządowej w województwie śląskim. Należy zwrócić uwagę, że spośród pozytywnie zweryfikowanych 5 hipotez aż 4 odnosiły się do społecznego odbioru tego rodzaju periodyków, a tylko jedna do ich treści. Nasuwa to wniosek, że pisma samorządowe są postrzegane jako bardziej upolitycznione, niż ma to miejsce w rzeczywistości. Nie zmienia to faktu, że prasa samorządowa jest postrzegana jako potrzebna społecznościom lokalnym, jako istotny element systemu komunikacji lokalnej i ważne źródło informacji lokalnej i informacji o działalności władz lokalnych. Mimo przekonania o jej upolitycznieniu, ponad 90% respondentów jest skłonna ufać informacjom zamieszczanym na jej łamach, co potwierdza tezę o potrzebie wydawania takiego rodzaju prasy.

Upolitycznienie prasy samorządowej nie zależy od podmiotu wydającego. Okazuje się, że najmniej upolitycznione są pisma, będące jedynymi tytułami na lokalnym rynku prasowym. Skłania to do refleksji, że w takich miejscach są one wydawane nie tyle na potrzeby promowania działalności władz lokalnych, co z potrzeby wydawania pisma w ogóle. Dlatego nie tylko są one najmniej upolitycznione, ale również są najlepiej oceniane przez swoich czytelników. Wyjątkiem wydaje się tu być „Rodnia”, która jest najbardziej upolitycznionym pismem i posiada na rynku lokalnym konkurencję w postaci pisma niezależnego,

a mimo to należy do najbardziej poczytnych tytułów, choć cieszy się najmniejszym zaufaniem lokalnej społeczności.

Prasa samorządowa, mimo swego upolitycznienia, jest potrzebna społecznościom lokalnym nie tylko dlatego, że często stanowi jedyne lub najważniejsze źródło informacji o najbliższym otoczeniu, lecz również dlatego, że jako jedyna skupia się w tak dużym stopniu na działalności przedstawicieli lokalnych władz, co, wbrew pozorom, jest postrzegane przez jej czytelników raczej jako jej zaleta, a nie wada. Postrzeganie prasy samorządowej w oczach społeczności lokalnej często nie jest bezpośrednim wynikiem jej zawartości, a świadomości podmiotu wydającego i podejrzliwości z tym związanej. Dla lepszego funkcjonowania tej prasy konieczna jest więc nie tylko zmiana struktury tematycznej, ale również głębokie przemiany w świadomości społeczności lokalnych.

ZAKOŃCZENIE

Niniejsza dysertacja stanowi prezentację wyników badań nad zawartością i społecznym odbiorem wybranych tytułów prasy samorządowej w województwie śląskim na tle rozważań teoretycznych i dotychczasowych badań nad prasą lokalną. Jej wyniki stanowią przyczynek do kolejnych, pogłębionych badań nad prasą lokalną w ogóle, bez których określenie faktycznego stanu i perspektyw rozwoju komunikowania lokalnego jest niemożliwe. Wnioski, wyciągnięte na podstawie badań nad prasą samorządową i jej społecznym odbiorem, należy porównać z wnioskami pochodzącymi nie tylko z badań innych tytułów, funkcjonujących na lokalnych rynkach, ale również z badaniami nad zespołami redakcyjnymi poszczególnych pism

Strona | 370

Autorka podjęła wiele prób przeprowadzenia anonimowych ankiet w redakcjach badanych tytułów, jednak w większości z nich spotkała się z odmową wzięcia udziału w takich badaniach, w dwóch redaktorzy naczelni zgodzili się wypełnić ankietę. Niechęć do udzielania informacji na temat relacji zespołów redakcyjnych z władzami lokalnymi wynika, niewątpliwie, z obaw przed ewentualnymi konsekwencjami tego typu wypowiedzi i może świadczyć o dużym upolitycznieniu i zależności tytułów prasy samorządowej, jednak są to tylko przypuszczenia autorki, nie mające podstaw w aktualnych badaniach.

Przeprowadzone badania i analizy, choć pozbawione głębszego osadzenia w kontekście szerszych badań nad komunikowaniem lokalnym, stanowią pewien obraz prasy lokalnej w naszym województwie – zarówno z perspektywy jej zawartości, jak i postrzegania jej przez czytelników. Praca stanowi więc nie tylko refleksję nad prasą tego typu, ale zawiera też wskazówki dla twórców i dysponentów prasy samorządowej odnośnie zmian, jakie należy w niej wprowadzać, celem jej doskonalenia.

W kontekście ostatnich dyskusji nad potrzebą czy nawet prawomocnością wydawania prasy samorządowej³¹⁴, należy w niniejszej pracy podkreślić kilka wniosków, istotnych z perspektywy spełnianej przez periodyki tego typu funkcji.

Prasa samorządowa, będąc częścią lokalnych systemów komunikacyjnych, spełnia niezwykle istotną funkcję dla lokalnych społeczności, a mianowicie funkcję informacyjną. Jej zawartość, w której kwestie pozalokalne są poruszane niezwykle rzadko, wydaje się być odpowiednia do pełnienia roli źródła informacji o najbliższym otoczeniu mieszkańców poszczególnych miejscowości. Faktycznie, osoby badane wymieniają prasę samorządów terytorialnych jako jedno z najważniejszych źródeł informacji lokalnej, deklarując jednocześnie duże zaufanie do tego rodzaju pism. Jednak służą te pisma głównie jako źródło informacji ogólnej, a nie konkretnie na temat działalności władz (tu preferowanym źródłem są raczej rozmowy z innymi ludźmi), co jest pewnie związane z dość dużą świadomością wśród respondentów, że sprzyjają one interesom przedstawicieli władz lokalnych. Postulat przeciwników prasy samorządowej, aby wydawać ją jedynie w formie biuletynów informujących o działalności władz, nie wydaje więc być słusznym i mogącym spełniać oczekiwania czytelników. Niewątpliwie, z perspektywy informowania społeczności lokalnych, należałoby zróżnicować tematykę poruszaną na łamach tego rodzaju prasy.

Z perspektywy funkcji narzędzia w polityce komunikacyjnej samorządów, badana kategoria prasy wydaje się mieć wiele niedostatków. Skoro bowiem czytelnicy są bardziej skłonni czerpać informacje o działalności władz z rozmów z innymi ludźmi, samą prasę postrzegając jako zależną od samorządowców i im sprzyjającą, trudno sądzić, aby była ona narzędziem dialogu, czy choćby nawet skutecznym narzędziem przekazywania informacji.

Stosunkowo duża zawartość materiałów o wydźwięku aprobatywnym i marginalna krytycznych sprzyja integrowaniu społeczności lokalnych, budowaniu poczucia tożsamości i dumy z miejsca zamieszkania. Z perspektywy spełniania funkcji integracyjnej korzystne byłoby jednak zamieszczanie większej ilości materiałów na temat lokalnej historii, które, nawet jeżeli się pojawiają, mają

³¹⁴ Zob. I. Kacprzak: *Koniec gazetek burmistrzów?*, „Rzeczpospolita”, 25.11.2008.

zazwyczaj wydźwięk neutralny, więc nie do końca sprzyjają budowaniu lokalnej dumy i poczucia tożsamości.

Funkcja kontroli władz lokalnych, podkreślana w typologiach prasy lokalnych jako jedna z najważniejszych, wydaje się nie do zrealizowania na łamach prasy samorządowej. Faktycznie, nie dopuszcza się w tego rodzaju periodykach nie tylko krytyki miejscowych władz, ale nawet dyskusji na temat podejmowanych decyzji. Można jednak uznać, że sam fakt informowania o bieżących poczynaniach władz jest pewną formą kontroli – obywatele, mając obraz podejmowanych decyzji i działań, mogą sami wyrabiać sobie opinie na temat tej działalności.

Strona | 372

Funkcja promowania lokalnej kultury jest na łamach prasy samorządowej spełniana bardzo dobrze – o kulturze pisze się stosunkowo dużo, bardzo często w pozytywnym kontekście. Sami czytelnicy wymieniają tematykę kulturalną jako jedną z najbardziej ich interesujących, więc wydają się oczekiwać od pism tego rodzaju, aby skupiały się właśnie na tych kwestiach. Opinie, że tematyki kulturalnej jest za dużo na łamach któregośkolwiek periodyku, nie pojawiają się wcale.

Badane tytuły prasy samorządowej nie spełniają funkcji trybuny społeczności lokalnej. Nie spotyka się w nich różnorodności opinii, polemik, dyskusji. Wydają się one, nawet te mniej upolitycznione, mówić jednym głosem. Listy do Redakcji prawie w ogóle w tego typu periodykach nie występują. Trudno jest wnioskować, dlaczego tak się dzieje. Możliwe jest, że redakcje po prostu ich nie publikują, nie chcąc się narażać dysponentom politycznym. Powodem ich braku na łamach tych pism może też być fakt, że po prostu nie są one nadsyłane – czy to z powodu małej aktywności czytelników, czy też ze względu na ich przekonanie, że i tak głos krytyczny nie zostanie opublikowany. Tak, czy inaczej, dużym niedostatkiem tej prasy jest właśnie brak ścierania się różnorodnych poglądów, które przecież w każdej społeczności występują. Zamiast tego, mamy czasem do czynienia z krytykowaniem się nawzajem tytułów istniejących na lokalnym rynku, co najbardziej wyraźne jest w Bieruniu, gdzie ma łamach „Rodni” krytykuje się permanentnie „Nową Rodnię” i odwrotnie. W oczach społeczności lokalnej, zamiast wrażenia pluralizmu poglądów, może to doprowadzić do niechęci do prasy w ogóle i spadku zaufania do niej.

W strukturze materiałów niedziennikarskich badanych periodyków rzadko występują te o charakterze rozrywkowym. Brakuje krzyżówek, humoru czy horoskopu, na co niejednokrotnie zwracają uwagę respondenci. Za rozrywkowe można uznać publikowane galerie zdjęć, przedstawiające nowożeńców czy też najmłodszych członków społeczności, jednak ich również jest niewiele i nie we wszystkich pismach występują. Należy więc stwierdzić, że prasa samorządowa w małym stopniu spełnia funkcję rozrywkową. Co więcej, przez brak materiałów tego typu, jest ona dla swoich czytelników mniej atrakcyjna.

Nie wszystkie badane tytuły zamieszczają reklamy, natomiast publikowane ogłoszenia pochodzą zazwyczaj od lokalnych władz. Z tej perspektywy prasa samorządowa nie spełnia dla wszystkich mieszkańców lokalnych społeczności funkcji reklamowo – ogłoszeniowej. Trzeba tu pamiętać również, że w trakcie kampanii wyborczych nie wszystkie opcje polityczne równie często zamieszczają na jej łamach reklamę polityczną, co może być spowodowane brakiem zainteresowania ogłaszaniem się w tego rodzaju pismach, ale również utrudnieniami ze strony redakcji.

Analizy przeprowadzonych badań skłaniają do konstatacji, że prasa samorządowa, mimo swych licznych uchybień, jest potrzebna na lokalnych rynkach prasowych. Szczególnie potrzeba jej wydawania jest widoczna tam, gdzie nie ma alternatywnego medium lokalnego. Przeciwnicy prasy samorządowej stawiają tu mocny argument, że wydawanie przez samorządy prasy blokuje niezależne inicjatywy wydawnicze i stanowi nieuczciwą dla nich konkurencję. Trudno odnosić się do takiego przekonania, nie znając realiów politycznych, ekonomicznych i kulturowych danej społeczności.

Niniejsza praca stanowi zaledwie przyczynek do szerszych badań nad komunikowaniem lokalnym. Dla określenia w nim faktycznej roli prasy samorządowej konieczne jest porównanie funkcjonowania periodyków niezależnych i samorządowych – zarówno pod względem ich zawartości, jak i społecznego odbioru. Zdając sobie sprawę z fragmentaryczności przeprowadzonych badań i wyciąganych na ich podstawie wniosków, autorka ma nadzieję, że choć w znikomej części przyczyniła się do poznania zjawiska, jakim jest prasa samorządowa.

BIBLIOGRAFIA

Strona | 374

KSIĄŻKI, PRACE ZBIOROWE

1. Adamowski J. Jabłonowski M. (red.) *Polskie media u progu XXI wieku*, Warszawa 2001.
2. Adamowski J. Wolny-Zmorzyński K. (red.): *Regionalne i lokalne środki przekazu. Kontekst międzynarodowy i krajowy*, Warszawa 2007.
3. Akopow A. I: *Mietodika tipologiczeskogo issliedowanija periodicheskikh izdanij*, Irkuck 1985.
4. Babbie E.: *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa 2004.
5. Barański M. (red.): *Samorząd terytorialny w rozwiązywaniu problemów społecznych województwa katowickiego*, Katowice 1998.
6. Barański M. (red.): *Společnosti lokalne i rozwój lokalnej demokracji*, Katowice 1993.
7. Barański M. (red.): *Władze lokalne w Europie Środkowej i Wschodniej*, Katowice 1998.
8. Barański M. (red.): *Zagłębie Dąbrowskie. W poszukiwaniu tożsamości regionalnej*, Katowice 2001.
9. Bauer Z., Chudziński E. (red.): *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2004.
10. Borkowski I., Woźny A. (red.): *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, Wrocław 2003.
11. Bromboszcz B. Szendzielarz R.: *Drukarnia im. Karola Miarki w Mikołowie*, Mikołów 2005.
12. Bykowa A. S.: *Massmedia stran - czlielow Jewropejskogo Sojuza*, Sankt – Petersburg 2004.
13. Chłopecki J. Polak R. (red.): *Media lokalne a demokracja lokalna*, Rzeszów 2005.
14. Chorążki W.: *Obraz niezależnej prasy lokalnej w Polsce w I połowie 1994 roku*, Kraków 1994.

15. Chudziński E. (red.): *Słownik wiedzy o mediach*, Warszawa - Bielsko-Biała 2007.
16. Dejałoszinskij I. (red.): *Rossijskaja żurnalistika: swoboda dostupa k informacji*, Moskwa 1996.
17. Dobrowolski P., Wróbel S. (red.): *Władza i społeczności lokalne a reforma samorządowa w Polsce*, Katowice 1995.
18. Dobrowolski P. (red.): *Władza i społeczności lokalne w procesie przeobrażeń ustrojowych*, Katowice 1994.
19. Dobrowolski P. (red.): *Władza lokalna a problemy rozwoju samorządności i decentralizacji w Polsce*, Katowice 2000.
20. Filipiak M.: *Homo Comunicans. Wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*, Lublin 2004.
21. Fiske J. : *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław 2008.
22. Flis J.: *Samorządowe Public Relations*, Kraków 2007.
23. Frankfort-Nachmias C., Nachmias D.: *Metody badawcze w naukach społecznych*, Poznań 2001.
24. Furman W., Wolny K. (red.): *Media regionalne i lokalne a demokracja na szczeblu lokalnym*, Rzeszów 1998.
25. Gierula M.: *Polska prasa lokalna 1989 – 2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Katowice 2005.
26. Glensk J.: *Diariusz prasy polskiej na Śląsku, t. I*, Opole 1973.
27. Glensk J.: *Diariusz prasy polskiej na Śląsku, t. II*, Opole 1976.
28. Glensk J., Kalczyńska M. (red.): *Regionalne i lokalne media w społeczeństwie wielokulturowym*, Opole 2004.
29. Goban-Klas T.: *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 2004.
30. Gołębiowska J. Kaganiec M. (red.): *Regionalna prasa polska na Górnym Śląsku w latach 1845 – 1996*, Katowice 1999.
31. Gołosz K. (red.): *Rocznik Sosnowiecki 1998*, Sosnowiec 1999.
32. Gondek E.: *Prasa i literatura w Zagłębiu Dąbrowskim 1897 – 1918*, Katowice 1992.

33. Gruszczyński L.: *Kwestionariusze w socjologii. Budowa narzędzi do badań surveyowych*, Katowice 2003.
34. Hejman A. (red.): *Poradnik dla wydawców i dziennikarzy prasy lokalnej. Tom 1*, Warszawa 1997.
35. Hejman A. (red.): *Poradnik dla dziennikarzy i wydawców prasy lokalnej. Tom 2*, Warszawa 1998.
36. Hejman A. (red.): *Poradnik dla wydawców i dziennikarzy prasy lokalnej. Tom 3*, Warszawa 1998.
37. Jachimowski M., Gierula M. (red.): *Katalog prasy – radia – telewizji '91 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego*, Katowice 1991.
38. Jachimowski M., Gierula M.: *Katalog prasy – radia – telewizji '93 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego. Poradnik reklamy*, Katowice 1993.
39. Jachimowski M., Gierula M., Grzonka B.: *Katalog prasy – radia – telewizji '94 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego. Poradnik medialno – reklamowy*, Katowice 1994.
40. Jachimowski M., Gierula M., Grzonka B.: *Śląski przegląd medioznawczy. Katalog prasy – radia – telewizji '96 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego*, Katowice 1996.
41. Jachimowski M.: *Regiony periodycznej komunikacji medialnej*, Katowice 2006.
42. Jałowiecki B.: *Rozwój lokalny*, Warszawa 1989.
43. Jarowiecki J., Paszko A., Kolasa W. (red.): *Polskie media na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska*, Kraków 2007.
44. Jaskiernia A.: *Media masowe w demokratycznych procesach wyborczych. Standardy europejskie i uwarunkowania ich realizacji*, Warszawa 2008.
45. Kaczmarczyk M., Wojtasik W. (red.): *Wokół tożsamości regionalnej. Zagłębie Dąbrowskie i jego sąsiedzi*, Sosnowiec 2008.
46. Kornilow E. A. (red.): *Tipologija miestnoj priessy. Sowietiskij Sojjuz - Pol'sza*, Rostów nad Donem 1991.

47. Kornilow E. A. (red.): *Rajonnaja gazieta - programma i riezul'taty sociologičeskogo issliedowanija rajonnych gazet rostowskoj oblasti*, Rostów nad Donem 1991.
48. Kosowska E. (red.): *Instytucje kultury a środowiska twórcze Sosnowca*, Sosnowiec 2002.
49. Kossakowska - Jarosz K.: *Kalendarze górnośląskie: szkic monograficzny*, Opole 1994.
50. Kowalczyk R.: *Media lokalne w Polsce Tom I*, Poznań 2008.
51. Kowalczyk R.: *Media lokalne w Polsce Tom II*, Poznań 2008.
52. Kowalczyk R.: *Media lokalne w Polsce Tom III*, Poznań 2008.
53. Kowalczyk R.: *Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego*, Poznań 2003.
54. Kriestnikowa I. (red.): *Rol' priessy w formirowanii w Rossii graždanskogo obščestwa*, Moskwa 1999.
55. Kurzawa E. (red.): *Tygodniki lokalne. I ogólnopolskie konfrontacje dziennikarzy pism regionalnych Wigry 1983*, Kraków – Katowice 1984.
56. Magoska M. (red.): *Media, władza, prawo*, Kraków 2005.
57. Magoska M. (red.): *Wybory samorządowe w kontekście mediów i polityki*, Kraków 2008.
58. Maślanka J.(red.): *Encyklopedia wiedzy o prasie*, Wrocław 1976.
59. Mayntz R., Holm K., Hubner P.: *Wprowadzenie do metod socjologii empirycznej*, Warszawa 1985.
60. Mądry J.(red.): *Spoleczne funkcje tygodników lokalnych Śląskiego Wydawnictwa Prasowego*, Katowice 1985.
61. McQuail D.: *Teoria masowego komunikowania*, Warszawa 2007.
62. Michajłow S. A.: *Zarubiežnyje SMI: istorija i sowriemiennoje sostojanije*, Sankt – Petersburg 2005.
63. Michalczyk S. Ulanecka H. (red.): *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki* , Katowice-Gliwice 2006.
64. Michalczyk S.: *Media lokalne w systemie*

- komunikowania*, Katowice 2000.
65. Michalczyk S.: *Prasa samorządowa. Szkice prasoznawcze*, Katowice 1996.
66. Michałowski S. Mich W. (red.): *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją - Public Relations - promocja jednostek samorządu terytorialnego*, Lublin 2006.
67. Mielczarek T.: *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989 – 2006*, Warszawa 2007.
68. Mikułowski Pomorski J. (red.): *Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych*, Rzeszów 1990.
69. Notkowski A.: *Prasa prowincjonalna II RP (1918 – 1939)*, Warszawa – Łódź 1982.
70. Ociepka B. (red.): *Public Relations w teorii i praktyce*, Wrocław 2003.
71. Olbrycht J.: *Spoistość małej grupy społecznej (próba analizy metodologicznej)*, Katowice 1987.
72. Piekara A. (red.): *Społeczność lokalna i samorząd*, Warszawa 1986.
73. Pisarek W.: *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983.
74. Pisarek W. (red.): *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.
75. *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego: materiały z konferencji zorganizowanej przez Komisję Kultury i Środków Przekazu przy współudziale Izby Wydawców Prasy pod patronatem Marszałka Senatu RP Longina Pastusiaka 21 września 2004 r.*, Warszawa 2005.
76. Pulia J. S.: *Dynamika i charakter rozwitija miestnych gaziet w strukturie riegiional'nych i fiedieral'nych SMI Rossii*, praca doktorska, nie publikowana.
77. Rechowicz H.: *Bielsko – Biała – Zarys rozwoju miasta i powiatu*, Katowice 1971.
78. Skrzypczak T.: *Władza i polityka lokalna w państwie współczesnym*, Kraków 1986.

79. Sobol S.: *Prasa powiatowa w Polsce*, Kraków 1975.
80. *Sosnowieckie ABC. Tom II*, Sosnowiec 2003.
81. *Sosnowieckie ABC. Tom III*, Sosnowiec 2004.
82. Stępnik K., Rajewski M. (red.): *Media Studies. Refleksja nad stanem obecnym*, Lublin 2008.
83. Tetelowska I.: *Szkice prasoznawcze*, Kraków 1972.
84. Wiatr J. J. (red.): *Władza lokalna w warunkach demokracji*, Warszawa 1998.
85. Wimmer R., Dominick J.: *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008.
86. Wódz J. (red.): *Rocznik Sosnowiecki 2003*, Sosnowiec 2004.

ARTYKUŁY

Strona | 380

1. Adamowski J.: *Spoleczne funkcje prasy lokalnej (uwagi i refleksje dotyczące Warszawy)*, [w:] *Media lokalne a demokracja lokalna* pod red. J. Chłopeckiego i R. Polaka, Rzeszów 2005.
2. Agopsowicz M.: *Szanse niezależnej prasy lokalnej w Polsce*, „Więź”, luty 1994, Warszawa 1994.
3. Akopow A.: *Miestnyje žurnaly: osobiennosti i mesto w sistiemie*, [w:] *Tipologija miestnoj priessy* pod red. E. Kornilowa, Rostów 1991.
4. Bajka Z.: *Historia polskiej prasy lokalnej i jej rozwój po 1989 roku*, [w:] *Poradnik dla wydawców i dziennikarzy prasy lokalnej. Tom I* pod red. A. Hejman, Warszawa 1997.
5. Barć - Kurpińska A.: *Wolność wypowiedzi prasy lokalnej a samorząd terytorialny*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją - Public Relations - promocja jednostek samorządu terytorialnego* pod red. S. Michałowskiego i W. Micha, Lublin 2006.
6. Bąk K., Bujakowski M.: *Historia Bielska i Białej I Bielska-Białej. Powstanie i rozwój Bielska-Białej*, <http://www.um.bielsko.pl/>.
7. Bielenin K.: *(Nie)polska i (nie)zależna*, <http://www.obywatel.org.pl/index.php?module=subjects&func=printpage&pageid=689&scope=page>.
8. Braun J.: *Media lokalne i regionalne wobec procesów koncentracji rynku*, [w:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń* pod red. I. Borkowskiego i A. Woźnego, Wrocław 2003.
9. Brodziński S.: *Polityka informacyjna największych gmin Zagłębia Dąbrowskiego*, [w:] *Samorząd terytorialny w rozwiązywaniu problemów społecznych województwa katowickiego* pod red. M. Barańskiego, Katowice 1998.
10. Chorążki W.: *Aktualna sytuacja mediów lokalnych w Polsce na podstawie badań ankietowych z przełomu roku 2001/2002*, „Studia Kieleckie. Seria Bibliologiczno – Prasoznawcza” nr 3, Kielce 2003.
11. Chorążki W., Dziki S.: *Prasa lokalna i regionalna*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów* pod red. Z. Bauera i E. Chudzińskiego, Kraków 2004.

12. Chorążki W.: *Sytuacja mediów lokalnych w Polsce w III kwartale 2005 roku*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska* pod red. J. Jarowieckiego, A. Paszko i W. Kolasy, Kraków 2007.
13. Chrobok M.: *Przysiółki*,
<http://www.ornontowice.pl/index.php?act=gmina&id=114>.
14. Chudziński E.: *Regionalizm w mediach. Geneza-przejawy-funkcje*, [w:] *Regionalne i lokalne środki przekazu. Kontekst międzynarodowy i krajowy* pod red. J. Adamowskiego i K. Wolnego-Zmorzyńskiego, Warszawa 2007.
15. Czempas J.: *Bieruńskie gazety*,
<http://www.um.bierun.pl/opracowania/ZH4.pdf>
16. Dobek - Ostrowska B.: *Lokalne media masowe i komunikowanie polityczne w demokratyzujących się systemach politycznych*, [w:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń* pod red. I. Borkowskiego i A. Woźnego, Wrocław 2003.
17. Dobosz I.: *Działalność organów samorządu terytorialnego a dostęp do informacji publicznej (na tle orzecznictwa sądów administracyjnych)*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją - Public Relations - promocja jednostek samorządu terytorialnego* pod red. S. Michałowskiego i W. Micha, Lublin 2006.
18. Dwornik B.: *Media lokalne – wolność słowa*,
http://www.reporterzy.info/article.php?go=warsztat,47,media_lokalne_wolnosc_slowa.
19. Dziki S.: *Dzieje prasy polskiej do 1989 r.*, [w:] *Słownik wiedzy o mediach* pod red. E. Chudzińskiego, Warszawa - Bielsko-Biała 2007.
20. Dziki S.: *Krótki rys dziejów polskiej prasy lokalnej (do 1989 r.)*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska* pod red. J. Jarowieckiego, A. Paszko i W. Kolasy, Kraków 2007.
21. Dziki S., Chorążki W.: *Media lokalne i regionalne*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów* pod red. Z. Bauera i E. Chudzińskiego, Kraków 2004.
22. Dziki S.: *Prasa w rozwoju historycznym*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów* pod red. Z. Bauera i E. Chudzińskiego, Kraków 2004.
23. Filas R.: *Badania rynku medialnego.*, [w:] *Słownik wiedzy o mediach*

- pod red. E. Chudzińskiego, Warszawa - Bielsko-Biała 2007.
24. Gierula M.: *Analiza rynku prasy lokalnej w Polsce*, <http://www.mk.gov.pl/website/index.jsp?artId=411>.
 25. Gierula M.: *Kurier Miejski i Radio Rezonans na tle rozwoju mediów lokalnych*, [w:] *Rocznik Sosnowiecki 1998* pod red. K. Gołosza, Sosnowiec 1999.
 26. Gierula M.: *Lokalna przestrzeń komunikacyjna mediów periodycznych w Polsce*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją - Public Relations - promocja jednostek samorządu terytorialnego* pod red. S. Michałowskiego i W. Micha, Lublin 2006.
 27. Gierula M.: *Modeli rieżalizacii mestnych jeżeńiediel'nikow*, [w:] *Tipologija miestnoj priessy. Sowietiskij Sojjuz - Pol'sza* pod red. E. Korniołowa, Rostów nad Donem 1991.
 28. Gierula M. Jachimowski M.: *Możliwości i ograniczenia w kształtowaniu się mediów lokalnych w okresie transformacji. Wybrane aspekty problemu*, [w:] *Media regionalne i lokalne a demokracja na szczeblu lokalnym* pod red. W. Furmana i K. Wolnego, Rzeszów 1998.
 29. Gierula M.: *Perspektywy rozwoju prasy lokalnej w Polsce w kontekście funkcjonowania dzienników regionalnych*, [w:] *Polskie media u progu XXI wieku* pod red. J. Adamowskiego i M. Jabłonowskiego, Warszawa 2001.
 30. Gierula M. Jachimowski M.: *Polska prasa lokalna po II wojnie światowej*, [w:] *Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych* pod red. J. Mikołowskiego Pomorskiego, Rzeszów 1990.
 31. Gierula M.: *Prasa lokalna*, [w:] *Słownik wiedzy o mediach* pod red. E. Chudzińskiego, Warszawa - Bielsko-Biała 2007.
 32. Gierula M. Grzonka B.: *Prasa lokalna w latach 1989 – 1991*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 1 – 2.
 33. Gierula M.: *Rola prasy lokalnej w integracji małych miast i wsi*, [w:] *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego*, Warszawa 2005.
 34. Gierula M. Grzonka B.: *Rozwój prasy lokalnej w woj. Katowickim w latach 1989 - 1992 (na tle województw: bielskiego, częstochowskiego i opolskiego)*, [w:] *Społeczności lokalne i rozwój lokalnej demokracji* pod red. M. Barańskiego, Katowice 1993.
 35. Gierula M.: *Sosnowiec jako przestrzeń komunikacyjna mediów*

- periodycznych*, [w:] *Rocznik Sosnowiecki 2003* pod red. J. Wodza, Sosnowiec 2004.
36. Gierula M.: *Społeczny odbiór i funkcjonowanie mediów w Zagłębiu Dąbrowskim w okresie transformacji (1989 - 1999)*, [w:] *Zagłębie Dąbrowskie. W poszukiwaniu tożsamości regionalnej* pod red. M. Barańskiego, Katowice 2001.
37. Gierula M.: *Struktura tematyczno - przestrzenna tygodników lokalnych PZPR*, [w:] *Tygodniki lokalne. I ogólnopolskie konfrontacje dziennikarzy pism regionalnych Wigry 1983* pod red E. Kurzawy, Kraków - Katowice 1984.
38. Gierula M.: *Transformacja prasy lokalnej i samorządowej na Śląsku*, [w:] *Regionalna prasa polska na Górnym Śląsku w latach 1845 – 1996* pod red. M. Gołębiowskiej i M. Kaganiec, Katowice 1999.
39. Gierula M.: *Typologiczny rozwój prasy lokalnej w Polsce w nowych warunkach społeczno - politycznych i ekonomicznych*, „Studia Kieleckie. Seria Bibliologiczno – Prasoznawcza” nr 3, Kielce 2003.
40. Gierula M. Jachimowski M.: *Zmiany mediów i dziennikarstwa lokalnego w Polsce (prasa, radio, telewizja)*, [w:] *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995* pod red. G. Koppera, I. Rutkiewicz i K. Schliep, Kraków 1996.
41. Glensk J.: *Tradycje polskiej prasy lokalnej na Śląsku*, [w:] *Społeczne funkcje tygodników lokalnych Śląskiego Wydawnictwa Prasowego* pod red. J. Mądrego, Katowice 1985.
42. Gołębiowski B.: *Prasa lokalna w procesach transformacji i kształtowania samorządności w Polsce*, http://www.sierpc.com.pl/sr/5_2001/prasa.html.
43. 41. Gondek E.: *Sto lat dziejów prasy w Sosnowcu*, [w:] *Instytucje kultury a środowiska twórcze Sosnowca* pod red. E. Kosowskiej, Sosnowiec 2002.
44. Goszcz G.: *Prasa lokalna i regionalna wobec społeczności Pszczyny w latach '70 (na przykładzie „Echa”, „Trybuny Robotniczej”, „Dziennika Zachodniego” i „Wieczoru”)*, „Zeszyty prasoznawcze” 1/1987.
45. Graszewicz M.: *Media lokalne w systemie komunikowania politycznego*, [w:] *Regionalne i lokalne środki przekazu. Kontekst międzynarodowy i*

- krajowy* pod red. J. Adamowskiego i K. Wolnego-Zmorzyńskiego, Warszawa 2007.
46. Gruchot A.: *Sytuacja ekonomiczna prasy lokalnej w kontekście jej przeobrażeń i perspektyw rozwoju (1989-2006)*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska* pod red. J. Jarowieckiego, A. Paszko i W. Kolasy, Kraków 2007.
47. Imiołczyk B., Regulski J.: *Raport nr 2/2007 Samorządność i demokracja lokalna*, www.frdl.org.pl/downloads/DIP_022007.doc.
48. *Internet wyeliminuje prasę lokalną*, <http://wyborcza.pl/1,76842,4397660.html>.
49. Jachimowski M.: *Motywy czytelnictwa prasy lokalnej*, [w:] *Tygodniki lokalne. I ogólnopolskie konfrontacje dziennikarzy pism regionalnych Wigry 1983* pod red. E. Kurzawy, Kraków – Katowice 1984.
50. Jachimowski M.: *Regiony medialne w Polsce a nowy podział administracyjny kraju*, [w:] *Polskie media u progu XXI wieku* pod red. J. Adamowskiego i M. Jabłonowskiego, Warszawa 2001.
51. Jachimowski M.: *Regiony medialne w systemie prasowym Polski*, [w:] *Regionalne i lokalne środki przekazu. Kontekst międzynarodowy i krajowy* pod red. J. Adamowskiego i K. Wolnego-Zmorzyńskiego, Warszawa 2007.
52. Jarowiecki J.: *Badania nad polską prasą lokalną*, [w:] *Prasa Dolnego Śląska. Teoria, tradycja, współczesność* pod red. J. Jarowieckiego i G. Niecia, Wrocław 2008.
53. Jarowiecki J.: *Badania nad polską prasą lokalną. Studium przeglądowe*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska* pod red. J. Jarowieckiego, A. Paszko i W. Kolasy, Kraków 2007.
54. Jóźko M.: *Prasa lokalna i regionalna jako element społeczeństwa obywatelskiego*, [w:] *Media lokalne a demokracja lokalna* pod red. J. Chłopeckiego i R. Polaka, Rzeszów 2005.
55. Kacprzak I.: *Koniec gazetek burmistrzów?*, „Rzeczpospolita”, 25.11.2008.
56. Kołtun B.: *Teoria „użytkowania i korzyści” – fazy rozwoju, podstawowe założenia*, [w:] *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne* pod red. B. Dobek-Ostrowskiej, Wrocław 2001.

57. Konarska - Pabiniak B.: *Wokół współczesnej prasy samorządowej. Rozwój, specyfika, kontrowersje, refleksje*, „Studia Kieleckie. Seria Bibliologiczno – Prasoznawcza” nr 3, Kielce 2003.
58. Kornilow E. A.: *Sowietskaja miestnaja priessa*, [w:] *Tipologija miestnoj priessy. Sowietskij Sojjuz - Pol'sza* pod red. E. Korniłowa, Rostów nad Donem 1991.
59. Kowalczyk R.: *Podstawy przeobrażeń ilościowych prasy lokalnej w Polsce po 1989 roku*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska* pod red. J. Jarowieckiego, A. Paszko i W. Kolasy, Kraków 2007.
60. Kowalczyk R.: *Prasa lokalna w perspektywie zmiany społecznej*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska* pod red. J. Jarowieckiego, A. Paszko i W. Kolasy, Kraków 2007.
61. Kowalczyk R.: *Prasa lokalna a dostęp do informacji*, [w:] *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego*, Warszawa 2005.
62. Krajewski M.: *Funkcjonowanie prawa do informacji publicznej w działalności samorządu lokalnego*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją - Public Relations - promocja jednostek samorządu terytorialnego* pod red. S. Michałowskiego i W. Micha, Lublin 2006.
63. Księski D.: *Model polskiej niezależnej gazety lokalnej*, [w:] *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego*, Warszawa 2005.
64. Księski D.: *Relacje między władzą samorządową a prasą lokalną*, [w:] *Media lokalne a demokracja lokalna* pod red. J. Chłopeckiego i R. Polaka, Rzeszów 2005.
65. Lobka - Pietras A.: *"My chcemy wiedzieć, co się u nas dzieje" - informacje lokalne wciąż w cenie*, [w:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń* pod red. I. Borkowskiego i A. Woźnego, Wrocław 2003.
66. Łogunow A.: *Rol' SMI w razwitiu processow riegionalizacii Rossii*, [w:] *Rol' priessy w formirowanii w Rossii graždanskogo obszczestwa* pod red. I. Kriestnikowej, Moskwa 1999.
67. Masłowski W.: *Społeczna rola prasy lokalnej*, [w:] *Społeczne funkcje tygodników lokalnych Śląskiego Wydawnictwa Prasowego* pod red. J. Mądrego, Katowice 1985.

68. Mądry J.: *Czynniki sprawczo - rozwojowe i funkcje prasy lokalnej a determinanty dziennikarskiej realizacji tygodników współczesnych*, [w:] *Społeczne funkcje tygodniów lokalnych Śląskiego Wydawnictwa Prasowego* pod red. J. Mądrego, Katowice 1985.
69. Mądry J.: *Dziennikarstwo lokalne. Zarys charakterystyki środowiska*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 3/1983.
70. Mądry J.: *Faktory rozwoju miestnoy pieczati*, [w:] *Tipologija miestnoy priessy. Sowietiskij Sojuz - Pol'sza* pod red. E. Kornilowa, Rostów nad Donem 1991.
71. Mądry J.: *Przegląd czynników sprawczych rozwoju polskiej prasy lokalnej*, [w:] *Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych* pod red. J. Mikułowskiego Pomorskiego, Rzeszów 1990.
72. Michalczyk S.: *Gazeta lokalna jako element komunikacji społecznej (na przykładzie "Rodni")*, [w:] *Społeczności lokalne i rozwój lokalnej demokracji* pod red. M. Barańskiego, Katowice 1993.
73. Michalczyk S.: *Komunikacja społeczna w dużym mieście*, [w:] *Samorząd terytorialny w rozwiązywaniu problemów społecznych województwa katowickiego*, pod red. M. Barańskiego, Katowice 1998.
74. Michalczyk S.: *Komunikowanie medialne: struktura procesu i pola badawcze*, [w:] *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki* pod red. S. Michalczyka i H. Ulaneckiej, Katowice-Gliwice 2006.
75. Michalczyk S.: *Krajobraz śląskiej prasy samorządowej*, [w:] *Regionalna prasa polska na Górnym Śląsku w latach 1845 – 1996* pod red. J. Gołębiowskiej i M. Kaganiec, Katowice 1999.
76. Michalczyk S.: *Media lokalne w komunikacji społecznej. Aktualne potrzeby badawcze*, [w:] *Regionalne i lokalne media w społeczeństwie wielokulturowym* pod red. J. Glenska i M. Kalczyńskiej, Opole 2004.
77. Michalczyk S.: *Media lokalne. Terminologia i typologia*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska* pod red. J. Jarowieckiego, A. Paszko i W. Kolasy, Kraków 2007.
78. Michalczyk S.: *Publiczność polskiej prasy lokalnej*, [w:] *Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych* pod red. J. Mikułowskiego Pomorskiego, Rzeszów 1990.
79. Michałowski S.: *Polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym a*

społeczeństwo obywatelskie, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją - Public Relations - promocja jednostek samorządu terytorialnego* pod red. S. Michałowskiego i W. Micha, Lublin 2006.

80. Mielczarek - Bober A.: *Początki prasy polskiej na Górnym Śląsku (1845 - 1869)*, [w:] *Regionalna prasa polska na Górnym Śląsku w latach 1845 – 1996* pod red. J. Gołębiowskiej i M. Kaganiec, Katowice 1999.
81. Mikułowski Pomorski J.: *Polska prasa lokalna jako czynnik więzi społecznej*, [w:] *Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych* pod red. J. Mikułowskiego Pomorskiego, Rzeszów 1990.
82. Mikułowski Pomorski J.: *Pol'skaja miestnaja priessa*, [w:] *Tipologija miestnoj priessy. Sowietiskij Sojjuz - Pol'sza* pod red. E. Kornilowa, Rostów nad Donem 1991.
83. Mikułowski Pomorski J.: *Prasa a społeczność lokalna. Zadania oczekujące na spełnienie*, [w:] *Społeczne funkcje tygodników lokalnych Śląskiego Wydawnictwa Prasowego* pod red. J. Mądrego, Katowice 1985.
84. Nowicki S.: *Zainteresowanie prasą codzienną w Polsce. Tendencje i zróżnicowanie korzystania z prasy codziennej i co z tego wynika dla przyszłości czytelnictwa prasy*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 1-2/2008.
85. Pantak J.: *Lokalne górą*, „Bez wierszówki – miesięcznik Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich – oddział w Olsztynie”, nr 11 (18) listopad 2005.
86. Pietrasik A.: *Media w polityce samorządowej - doświadczenia Płońska*, [w:] *Poradnik dla wydawców i dziennikarzy prasy lokalnej. Tom 2*, pod red. A. Hejman, Warszawa 1998.
87. Pitera J.: *Samorząd - media: wzajemne relacje i ich granice*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją - Public Relations - promocja jednostek samorządu terytorialnego* pod red. S. Michałowskiego i W. Micha, Lublin 2006.
88. *Po co miastu gazeta?*, http://www.mcg.biz.pl/oferta_miasto.html.
89. Pokrzycka L., Bernat K.: *Media regionalne – sukcesy i porażki*, <http://www.reporterzy.info/article.php?go=rynek,340,media-regionalne---sukcesy-i-porazki>;
90. Pokrzycka L.: *Public relations jednostek samorządu terytorialnego na przykładzie Lubelszczyzny*, [w:] *Władza lokalna a media*.

Zarządzanie informacją - Public Relations - promocja jednostek samorządu terytorialnego pod red. S. Michałowskiego i W. Micha, Lublin 2006.

91. Polianskaja N.: *Wzaimodiejstwie miestnych organow własti i SMI*, [w:] *Miedijnyje strategii sowriemiennogo mira. Matieriały wtoroj mieżdunarodnoj nauczno-prakticzeskoj konfierencii*, Krasnodar 2008.
92. Prochorow E.: *SMI i auditoria: koncepcija partnerstwa*, [w:] *Rol' priessy w formirowanii graždanskogo obszczestwa* pod red. I. Kriestnikowej, Moskwa 1999.
93. Pulia J. S.: *Dinamika i charaktier razwitija miestnych gaziet w strukturie riegional'nych i fiedieral'nych SMI Rossii*, praca doktorska, nie publikowana.
94. Sakowicz M.: *Zarządzanie informacją w gminie - podejście strategiczne czy marketingowe?*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją - Public Relations - promocja jednostek samorządu terytorialnego* pod red. S. Michałowskiego i W. Micha, Lublin 2006.
95. Sikora R.: *Public Relations jako forma komunikowania w gminie*, [w:] *Public Relations w teorii i praktyce* pod red. B. Ociepki, Wrocław 2003.
96. Sobczak J.: *Wolność słowa w myśl litery prawa i w praktyce prasy lokalnej*, [w:] *Media lokalne a demokracja lokalna* pod red. J. Chłopeckiego i R. Polaka, Rzeszów 2005.
97. Sput R.: *Początki górnośląskiej prasy*, <http://www.naszraciborz.pl/historia/tipafriend/0/376.html>.
98. Szarowski K.: *Geneza, rozwój i niektóre funkcje współczesnych tygodników lokalnych województwa katowickiego*, [w:] *Spoleczne funkcje tygodników lokalnych Śląskiego Wydawnictwa Prasowego* pod red. J. Mądrego, Katowice 1985.
99. Turowski S.: *Samorząd a gazety*, „Wspólnota” 2000, nr 50.
100. Ulański C., Opałka J.: *Polityka informacyjna samorządu terytorialnego*, [w:] *Poradnik dla dziennikarzy i wydawców prasy lokalnej. Tom 2* pod red. A. Hejman, Warszawa 1998.
101. Werbikin W.: *Prawowaja srieda diejatiel'nosti municipal'noj priessy i jej znaczenije dlia riealizacii informacionnych zaprosow auditorii*, [w:] *Żurnalistika i mediaobrazowanie*, Biełgorod 2008.

102. Winnijczuk A. W.: *Gorodskije gaziety Rostowa-Na-Donu w kontekście informacyjnej potrzeby Rogożan*, [w:] *Miedijnyje strategii sowremennogo mira. Materialy wtoroj meždunarodnoj nauczno-praktičeskoj konfierencii*, Krasnodar 2008.

WAŻNIEJSZE STRONY INTERNETOWE

1. pl.wikipedia.org/wiki/Bielsko-Bia%C5%82a#Bielsko-Bia.C5.82a
Bielsko-Biała
2. pl.wikipedia.org/wiki/Bielsko-Bia%C5%82a#Media
3. pl.wikipedia.org/wiki/Ornontowice
4. rybnik.naszemiasto.pl/wydarzenia/457638.html
5. www.aniolbeskidow.pl/
6. www.bielsko.biala.pl/12,,bazaDanych
7. www.bielsko.biala.pl/665,bazaDanych
8. www.dz.com.pl/?redakcja,oddzialy,bielsko
9. www.dz.com.pl/?redakcja,oddzialy,sosnowiec
10. www.frdl.org.pl/downloads/DIP_022007.doc
11. www.kronika.beskidzka.pl/index.php3?wiecej=tak&menu=specjalne&tytul=wszystko%20o...
12. www.kurier-bielski.cnm.pl/
13. www.kuriermiejski.com.pl
14. www.mikolow.um.gov.pl/urzed.php?co=podstrona&id5=115&id_link=12&kat=12
15. www.mk.gov.pl/website/index.jsp?artId=411
16. www.naszraciborz.pl/historia/tipafriend/0/376.html
17. www.niedziela.pl
18. www.obywatel.org.pl/index.php?module=subjects&func=printpage&pageid=689&scope=page
19. www.ornontowice.pl
20. www.oss.wroc.pl/local/lwow/show.php?3425
21. www.pawlowice.pl
22. www.pkw.gov.pl
23. www.pszczynska.pl/
24. www.radio.bielsko.pl/

25. www.reporterzy.info/article.php?go=rynek,340,media-regionalne---sukcesy-i-porazki;
26. www.reporterzy.info/article.php?go=warsztat,47,media_lokalne_wolnosc_slowa;
27. www.sierpc.com.pl/sr/5_2001/prasa.html
28. www.sip.mikolow.pl/aktualnosci/
29. www.skrzynkowa.pl/
30. www.super-nowa.pl/
31. www.tmzp.pl
32. www.um.bielsko.pl/
33. www.um.bierun.pl/index_historia.php;
34. www.um.bierun.pl/index_polozenie.php
35. www.um.sosnowiec.pl/default.aspx?docId=50
36. www.wiadomoscizaglebia.pl

SPIS WYKRESÓW

WYKRES 1 „Głos Orontowic” 2003 – zawartość ogólna.....	173	Strona 392
Wykres 2 „Głos Orontowic” 2003 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	173	
Wykres 3 „Głos Orontowic” 2003 – wydźwięk publikacji lokalnych	174	
Wykres 4 „Głos Orontowic” 2003 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	174	
Wykres 5 „Głos Orontowic” 2003 – zawartość materiałów niedziennikarskich	174	
Wykres 6 „Głos Orontowic” 2004 – zawartość ogólna	175	
Wykres 7 „Głos Orontowic” 2004 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	176	
Wykres 8 „Głos Orontowic” 2004 – wydźwięk publikacji lokalnych	176	
Wykres 9 „Głos Orontowic” 2004 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	177	
Wykres 10 „Głos Orontowic” 2004 – zawartość materiałów niedziennikarskich	177	
Wykres 11 „Głos Orontowic” 2005 – zawartość ogólna	178	
Wykres 12 „Głos Orontowic” 2005 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	179	
Wykres 13 „Głos Orontowic” 2005 – wydźwięk publikacji lokalnych	179	
Wykres 14 „Głos Orontowic” 2005 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	180	
Wykres 15 „Głos Orontowic” 2005 – zawartość materiałów niedziennikarskich	180	
Wykres 16 „Głos Orontowic” 2006 – zawartość ogólna	181	
Wykres 17 „Głos Orontowic” 2006 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	181	
Wykres 18 „Głos Orontowic” 2006 – wydźwięk publikacji lokalnych	181	
Wykres 19 „Głos Orontowic” 2006 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	182	
Wykres 20 „Głos Orontowic” 2006 – zawartość materiałów niedziennikarskich	182	
Wykres 21 „Głos Orontowic” 2007 – zawartość ogólna	183	
Wykres 22 „Głos Orontowic” 2007 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	183	
Wykres 23 „Głos Orontowic” 2007 – wydźwięk publikacji lokalnych	183	
Wykres 24 „Głos Orontowic” 2007 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	184	
Wykres 25 „Głos Orontowic” 2007 – zawartość materiałów niedziennikarskich	184	
Wykres 26 „Głos Orontowic” podsumowanie – zawartość ogólna	185	
Wykres 27 „Głos Orontowic” podsumowanie – zmiany zawartości ogólnej w latach 2003 – 2005	185	
Wykres 28 „Głos Orontowic” podsumowanie – średnia zawartość tematyczna publikacji lokalnych	186	
Wykres 29 „Głos Orontowic” podsumowanie – udział tematyki działalności władz w ogólnej tematyce lokalnej	186	
Wykres 30 „Głos Orontowic” podsumowanie – średni wydźwięk publikacji lokalnych	187	
Wykres 31 „Głos Orontowic” podsumowanie – upolitycznienie publikacji lokalnych	187	
Wykres 32 „Głos Orontowic” podsumowanie – upolitycznienie publikacji lokalnych nie związanych z działalnością władz	188	
Wykres 33 „Głos Orontowic” podsumowanie – wydźwięk publikacji lokalnych	189	

Wykres 34 „Głos Orontowic” podsumowanie – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	190
Wykres 35 „Głos Orontowic” podsumowanie – średnia zawartość materiałów niedziennikarskich	190
Wykres 36 „Głos Orontowic” podsumowanie – zmiany w zawartości materiałów niedziennikarskich	191
Wykres 37 „Kurier Miejski” 2003 – zawartość ogólna	192
Wykres 38 „Kurier Miejski” 2003 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	192
Wykres 39 „Kurier Miejski” 2003 – wydźwięk publikacji lokalnych	193
Wykres 40 „Kurier Miejski” 2003 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych..	193
Wykres 41 „Kurier Miejski” 2003 – zawartość materiałów niedziennikarskich	194
Wykres 42 „Kurier Miejski” 2004 – zawartość ogólna	194
Wykres 43 „Kurier Miejski” 2004 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	195
Wykres 44 „Kurier Miejski” 2004 – wydźwięk publikacji lokalnych	195
Wykres 45 „Kurier Miejski” 2004 - zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych ..	195
WYKRES 46 „KURIER MIEJSKI” 2004 – ZAWARTOŚĆ MATERIAŁÓW NIEDZIENNIKARSKICH	196
Wykres 47 „Kurier Miejski” 2005 – zawartość ogólna	196
Wykres 48 „Kurier Miejski” 2005 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	197
Wykres 49 „Kurier Miejski” 2005 – wydźwięk publikacji lokalnych	197
Wykres 50 „Kurier Miejski” 2005 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych..	197
Wykres 51 „Kurier Miejski” 2005 – zawartość materiałów niedziennikarskich	198
Wykres 52 „Kurier Miejski” 2006 – zawartość ogólna	198
Wykres 53 „Kurier Miejski” 2006 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	199
Wykres 54 „Kurier Miejski” 2006 – wydźwięk publikacji lokalnych	199
Wykres 55 „Kurier Miejski” 2006 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych..	199
Wykres 56 „Kurier Miejski” 2006 – zawartość materiałów niedziennikarskich	200
Wykres 57 „Kurier Miejski” 2007 – zawartość ogólna	200
Wykres 58 „Kurier Miejski” 2007 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	201
Wykres 59 „Kurier Miejski” 2007 – wydźwięk publikacji lokalnych	201
Wykres 60 „Kurier Miejski” 2007 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych..	201
Wykres 61 „Kurier Miejski” 2007 – zawartość materiałów niedziennikarskich	202
Wykres 62 „Kurier Miejski” podsumowanie – zawartość ogólna	202
Wykres 63 „Kurier Miejski” podsumowanie – zmiany zawartości ogólnej w latach 2003 – 2007	202
Wykres 64 „Kurier Miejski” podsumowanie – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	203
Wykres 65 „Kurier Miejski” podsumowanie – udział tematyki działalności władz w ogólnej tematyce lokalnej	203
Wykres 66 „Kurier Miejski” podsumowanie – wydźwięk publikacji lokalnych	204
Wykres 67 „Kurier Miejski” podsumowanie – upolitycznienie publikacji lokalnych....	204
Wykres 68 „Kurier Miejski” podsumowanie – upolitycznienie publikacji lokalnych nie związanych z działalnością władz.....	204
Wykres 69 „Kurier Miejski” podsumowanie – dynamika wydźwięku publikacji lokalnych	205
Wykres 70 „Kurier Miejski” podsumowanie – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	206

Wykres 71 „Kurier Miejski” podsumowanie – średnia zawartość materiałów niedziennikarskich	207
Wykres 72 „Kurier Miejski” podsumowanie – zmiany w zawartości materiałów niedziennikarskich	207
Wykres 73 „Racje Gminne” 2003 – zawartość ogólna	209
Wykres 74 „Racje Gminne” 2003 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	209
Wykres 75 „Racje Gminne” 2003 – wydźwięk publikacji lokalnych	210
Wykres 76 „Racje Gminne” 2003 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych ..	210
Wykres 77 „Racje Gminne” 2003 – zawartość materiałów niedziennikarskich	210
Wykres 78 „Racje Gminne” 2004 – zawartość ogólna	211
Wykres 79 „Racje Gminne” 2004 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	211
Wykres 80 „Racje Gminne” 2004 – wydźwięk publikacji lokalnych	212
Wykres 81 „Racje Gminne” 2004 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych ..	212
Wykres 82 „Racje Gminne” 2004 – zawartość materiałów niedziennikarskich	212
Wykres 83 „Racje Gminne” 2005 – zawartość ogólna	213
Wykres 84 „Racje Gminne” 2005 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	213
Wykres 85 „Racje Gminne” 2005 – wydźwięk publikacji lokalnych	214
Wykres 86 „Racje Gminne” 2005 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych ..	214
Wykres 87 „Racje Gminne” 2005 – zawartość materiałów niedziennikarskich	214
Wykres 88 „Racje Gminne” 2006 – zawartość ogólna	215
Wykres 89 „Racje Gminne” 2006 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	215
Wykres 90 „Racje Gminne” 2006 – wydźwięk publikacji lokalnych	216
Wykres 91 „Racje Gminne” 2006 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych ..	216
WYKRES 92 „racje gminne” 2006 – zawartość materiałów niedziennikarskich	216
Wykres 93 „Racje Gminne” 2007 – zawartość ogólna	217
Wykres 94 „Racje Gminne” 2007 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	217
Wykres 95 „Racje Gminne” 2007 – wydźwięk publikacji lokalnych	217
Wykres 96 „Racje Gminne” 2007 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych ..	218
Wykres 97 „Racje Gminne” 2007 – zawartość materiałów niedziennikarskich	218
Wykres 98 „Racje Gminne” podsumowanie – zawartość ogólna	218
Wykres 99 „Racje Gminne” podsumowanie – zmiany zawartości ogólnej w latach 2003 – 2007	219
Wykres 100 „Racje Gminne” podsumowanie – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	219
Wykres 101 „Racje Gminne” podsumowanie – zawartość tematyki działalności władz w ogólnej tematyce lokalnej	220
Wykres 102 „Racje Gminne” podsumowanie – średni wydźwięk publikacji lokalnych	220
Wykres 103 „Racje Gminne” podsumowanie – zmiany w upolitycznieniu publikacji lokalnych	220
Wykres 104 „Racje Gminne” podsumowanie – zmiany w upolitycznieniu publikacji lokalnych związanych z działalnością władz	221
Wykres 105 „Racje Gminne” podsumowanie – wydźwięk publikacji lokalnych	222
Wykres 106 „Racje Gminne” podsumowanie – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	224
Wykres 107 „Racje Gminne” podsumowanie – zawartość materiałów niedziennikarskich	224

Wykres 108 „Racje Gminne” podsumowanie – dynamika zmian zawartości materiałów niedziennikarskich	225
Wykres 109 „Rodnia” 2003 – zawartość ogólna	226
Wykres 110 „Rodnia” 2003 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	226
Wykres 111 „Rodnia” 2003 – wydźwięk publikacji lokalnych	227
Wykres 112 „Rodnia” 2003 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	227
Wykres 113 „Rodnia” 2003 – zawartość materiałów niedziennikarskich	227
Wykres 114 „Rodnia” 2004 – zawartość ogólna	228
Wykres 115 „Rodnia” 2004 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	228
Wykres 116 „Rodnia” 2004 – wydźwięk publikacji lokalnych	228
Wykres 117 „Rodnia” 2004 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	229
Wykres 118 „Rodnia” 2004 – zawartość materiałów niedziennikarskich	229
Wykres 119 „Rodnia” 2005 – zawartość ogólna	230
Wykres 120 „Rodnia” 2005 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	230
Wykres 121 „Rodnia” 2005 – wydźwięk publikacji lokalnych	230
Wykres 122 „Rodnia” 2005 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	231
Wykres 123 „Rodnia” 2005 – zawartość materiałów niedziennikarskich	231
Wykres 124 „Rodnia” 2006 – zawartość ogólna	232
Wykres 125 „Rodnia” 2006 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	232
Wykres 126 „Rodnia” 2006 – wydźwięk publikacji lokalnych	232
Wykres 127 „Rodnia” 2006 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	233
Wykres 128 „Rodnia” 2006 – zawartość materiałów niedziennikarskich	233
Wykres 129 „Rodnia” 2007 – zawartość ogólna	233
Wykres 130 „Rodnia” 2007 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych	234
Wykres 131 „Rodnia” 2007 – wydźwięk publikacji lokalnych	234
Wykres 132 „Rodnia” 2007 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	234
Wykres 133 „Rodnia” 2007 – zawartość materiałów niedziennikarskich	235
Wykres 134 „Rodnia” podsumowanie – zawartość ogólna	235
Wykres 135 „Rodnia” podsumowanie – zmiany zawartości ogólnej w latach 2003 – 2007	236
Wykres 136 „Rodnia” podsumowanie – zawartość tematyczna publikacji lokalnych ...	236
Wykres 137 „Rodnia” podsumowanie – udział tematyki działalności władz w ogólnej tematyce lokalnej	236
Wykres 138 „Rodnia” podsumowanie – średni wydźwięk publikacji lokalnych	237
Wykres 139 „Rodnia” podsumowanie – upolitycznienie publikacji lokalnych	237
Wykres 140 „Rodnia” podsumowanie – upolitycznienie publikacji lokalnych nie związanych z działalnością władz	238
Wykres 141 „Rodnia” podsumowanie – zmiany wydźwięku publikacji lokalnych	240
Wykres 142 „Rodnia” podsumowanie – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	241
Wykres 143 „Rodnia” podsumowanie- zawartość materiałów niedziennikarskich	241
Wykres 144 „Rodnia” podsumowanie – zmiany zawartości materiałów niedziennikarskich	241
Wykres 145 „W Bielsku-Białej” 2003 – zawartość ogólna	243
Wykres 146 „W Bielsku-Białej” 2003 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych ...	243
Wykres 147 „W Bielsku-Białej” 2003 – wydźwięk publikacji lokalnych	244

Wykres 148 „W Bielsku-Białej” 2003 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	244
Wykres 149 „W Bielsku-Białej” 2003 – zawartość materiałów niedziennikarskich.....	244
Wykres 150 „W Bielsku-Białej” 2004 – zawartość ogólna	245
Wykres 151 „W Bielsku-Białej” 2004 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych ...	245
Wykres 152 „W Bielsku-Białej” 2004 – wydźwięk publikacji lokalnych.....	245
Wykres 153 „W Bielsku-Białej” 2004 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	246
Wykres 154 „W Bielsku-Białej” 2004 – zawartość materiałów niedziennikarskich.....	246
Wykres 155 „W Bielsku-Białej” 2005 – zawartość ogólna	247
Wykres 156 „W Bielsku-Białej” 2005 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych ...	247
Wykres 157 „W Bielsku-Białej” 2005 – wydźwięk publikacji lokalnych.....	247
Wykres 158 „W Bielsku-Białej” 2005 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	248
Wykres 159 „W Bielsku-Białej” 2005 – zawartość materiałów niedziennikarskich.....	248
Wykres 160 „W Bielsku-Białej” 2006 – zawartość ogólna	248
Wykres 161 „W Bielsku-Białej” 2006 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych ...	249
Wykres 162 „W Bielsku-Białej” 2006 – wydźwięk publikacji lokalnych.....	249
Wykres 163 „W Bielsku-Białej” 2006 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	250
Wykres 164 „W Bielsku-Białej” 2006 – zawartość materiałów niedziennikarskich.....	250
Wykres 165 „W Bielsku-Białej” 2007 – zawartość ogólna	250
Wykres 166 „W Bielsku-Białej” 2007 – zawartość tematyczna publikacji lokalnych ...	251
Wykres 167 „W Bielsku-Białej” 2007 – wydźwięk publikacji lokalnych.....	251
Wykres 168 „W Bielsku-Białej” 2007 – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	251
Wykres 169 „W Bielsku-Białej” 2007 – zawartość materiałów niedziennikarskich.....	252
Wykres 170 „W Bielsku-Białej” podsumowanie – zawartość ogólna.....	252
WYKRES 171 „w bielsku-białej” – podsumowanie, dynamika zmian zawartości ogólnej	253
Wykres 172 „W Bielsku-Białej” podsumowanie – średnia zawartość tematyczna publikacji lokalnych.....	253
Wykres 173 „W Bielsku-Białej” podsumowanie – udział tematyki działalności lokalnych władz w ogólnej tematyce lokalnej	254
Wykres 174 „W Bielsku-Białej” podsumowanie – średni wydźwięk publikacji lokalnych	254
Wykres 175 „W Bielsku-Białej” podsumowanie – zmiany upolitycznienia publikacji lokalnych.....	254
Wykres 176 „W Bielsku-Białej” podsumowanie – zmiany upolitycznienia publikacji lokalnych nie związanych z działalnością władz.....	255
WYKRES 177 „W Bielsku-białej”, podsumowanie, dynamika zmian wydźwięku publikacji lokalnych.....	256
Wykres 178 „W Bielsku-Białej” podsumowanie – zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	257
Wykres 179 „W Bielsku-Białej” podsumowanie – średnia zawartość materiałów niedziennikarskich	257
Wykres 180 „W Bielsku-Białej” podsumowanie – zmiany w zawartości materiałów niedziennikarskich	257

Wykres 181 prasa samorządowa – średnia zawartość ogólna	259
Wykres 182 prasa samorządowa – zawartość ogólna poszczególnych tytułów	260
Wykres 183 prasa samorządowa – średnia zawartość tematyczna publikacji lokalnych	261
Wykres 184 prasa samorządowa – dynamika zawartości tematyki działalności władz lokalnych w poszczególnych tytułach.....	261
Wykres 185 prasa samorządowa – upolitycznienie poszczególnych tytułów.....	262
Wykres 186 prasa samorządowa – dynamika upolitycznienia poszczególnych tytułów	262
Wykres 187 prasa samorządowa – dynamika upolitycznienia tematyki nie związanej z działalnością lokalnych władz	263
Wykres 188 prasa samorządowa – średni wydźwięk publikacji lokalnych.....	264
Wykres 189 prasa samorządowa – średni wydźwięk poszczególnych tytułów	264
Wykres 190 prasa samorządowa – dynamika zawartości materiałów o wydźwięku neutralnym w poszczególnych tytułach	265
Wykres 191 prasa samorządowa – średnia zawartość tematyczna publikacji pozalokalnych	266
Wykres 192 prasa samorządowa – średnia zawartość materiałów niedziennikarskich ..	266
Wykres 193 prasa samorządowa – dynamika zawartości komunikatów urzędowych w poszczególnych tytułach	267
Wykres 194 prasa samorządowa – dynamika zawartości reklamy w poszczególnych tytułach.....	267
Wykres 195 prasa samorządowa – dynamika zawartości reklamy politycznej w poszczególnych tytułach	268
Wykres 196 – Bielsko-Biała, źródła informacji lokalnej.....	281
Wykres 197 – Bielsko-Biała, najważniejsze źródła informacji lokalnej	282
Wykres 198 – Bielsko-Biała, źródła informacji na temat działalności lokalnych władz	283
Wykres 199 – Bielsko-Biała, najważniejsze źródła informacji na temat działalności lokalnych władz	283
Wykres 200 – Bielsko-Biała, preferowana tematyka w piśmie samorządowym.....	285
Wykres 201 – Bielsko-Biała, badanie internetowe, źródła informacji lokalnej.....	288
Wykres 202 – Bielsko-Biała, badania internetowe, najważniejsze źródło informacji lokalnej.....	288
Wykres 203 – Bielsko-Biała, badanie internetowe, źródła informacji na temat działalności władz lokalnych	289
Wykres 204 – Bielsko-Biała, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji na temat działalności lokalnych władz	289
Wykres 205 – Bielsko-Biała, badanie internetowe, preferowana tematyka w piśmie samorządowym	291
Wykres 206 – Bieruń, źródła informacji lokalnej.....	294
Wykres 207 – Bieruń, najważniejsze źródła informacji lokalnej	295
Wykres 208 – Bieruń, źródła informacji o działalności władz lokalnych	295
Wykres 209 – Bieruń, najważniejsze źródła informacji o działalności lokalnych władz.....	296
Wykres 210 – Bieruń, preferowana tematyka na łamach „Rodni”	297
Wykres 211 – Bieruń, badanie internetowe, źródła informacji lokalnej.....	299
Wykres 212 – Bieruń, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji lokalnej ..	299
Wykres 213 – Bieruń, badanie internetowe, źródła informacji o działalności władz lokalnych.....	300

Wykres 214 – Bieruń, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji o działalności lokalnych władz	301
Wykres 215 – Bieruń, badania internetowe, preferowana tematyka na łamach „Rodni”	302
Wykres 216 – Ornontowice, źródła informacji lokalnej	305
Wykres 217 – Ornontowice, najważniejsze źródła informacji lokalnej	306
Wykres 218 – Ornontowice, źródła informacji na temat działalności władz lokalnych.	306
Wykres 219 – Ornontowice, najważniejsze źródła informacji o działalności władz lokalnych	307
Wykres 220 – Ornontowice, preferowana tematyka na łamach „Głosu Ornontowic” ...	308
Wykres 221 Ornontowice, badanie internetowe, źródła informacji lokalnej	310
Wykres 222 – Ornontowice, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji lokalnej	310
Wykres 223 – Ornontowice, badanie internetowe, źródła informacji o działalności władz lokalnych	311
Wykres 224 – Ornontowice, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji o działalności władz lokalnych	311
Wykres 225 – Ornontowice, badanie internetowe, preferowana tematyka na łamach „Głosu Ornontowic”	313
Wykres 226 – Pawłowice, źródła informacji lokalnej	315
Wykres 227 – Pawłowice, najważniejsze źródła informacji lokalnej	316
Wykres 228 – Pawłowice, źródła informacji na temat działalności władz lokalnych	316
Wykres 229 – Pawłowice, najważniejsze źródła informacji o działalności władz lokalnych	317
Wykres 230 – Pawłowice, preferowana tematyka na łamach „Racji Gminnych”	318
Wykres 231 – Pawłowice, badanie internetowe, źródła informacji lokalnej	320
Wykres 232 – Pawłowice, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji lokalnej	320
Wykres 233 – Pawłowice, badanie internetowe, źródła informacji o działalności władz lokalnych	321
Wykres 234 Pawłowice, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji o działalności władz lokalnych	322
Wykres 235 – Pawłowice, badanie internetowe, preferowana tematyka na łamach „Racji Gminnych”	323
Wykres 236 – Sosnowiec, źródła informacji lokalnej	326
Wykres 237 – Sosnowiec, najważniejsze źródła informacji lokalnej	327
Wykres 238 – Sosnowiec, źródła informacji o działalności władz lokalnych	328
Wykres 239 – Sosnowiec, najważniejsze źródła informacji o działalności władz lokalnych	328
Wykres 240 – Sosnowiec, preferowana tematyka na łamach „Kuriera Miejskiego”	329
Wykres 241 – Sosnowiec, badanie internetowe, źródła informacji lokalnej	332
Wykres 242 – Sosnowiec, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji lokalnej	333
Wykres 243 – Sosnowiec, badanie internetowe, źródła informacji o działalności władz lokalnych	334
Wykres 244 – Sosnowiec, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji o działalności władz lokalnych	334
Wykres 245 – Sosnowiec, badanie internetowe, preferowana tematyka na łamach „Kuriera Miejskiego”	335

Wykres 246 – Podsumowanie badań odbioru, źródła informacji lokalnej	339
Wykres 247 – Podsumowanie badań odbioru, najważniejsze źródła informacji lokalnej	339
Wykres 248 – Podsumowanie badań odbioru, źródła informacji na temat działalności władz lokalnych	341
Wykres 249 – Podsumowanie badań odbioru, najważniejsze źródła informacji o działalności władz lokalnych	342
Wykres 250 – Podsumowanie badań odbioru, preferowana tematyka na łamach pism samorządowych.....	344
Wykres 251 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, źródła informacji lokalnej.....	348
Wykres 252 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji lokalnej	348
Wykres 253 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, źródła informacji o działalności władz lokalnych	349
Wykres 254 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, najważniejsze źródła informacji o działalności władz lokalnych.....	350
Wykres 255 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, preferowana tematyka na łamach pisma samorządowego.....	352

SPIS TABEL ZAMIESZCZONYCH W TEKŚCIE

Tabela 1: prasa samorządowa województwa śląskiego	114
Tabela 2 „Głos Ornontowic” upolitycznienie poszczególnych kategorii tematycznych nie związanych z działalnością władz lokalnych (dane w proc.).....	188
Tabela 3 „Głos ornontowic” – wydźwięk poszczególnych kategorii publikacji lokalnych (dane w proc.)	189
Tabela 4 „Kurier Miejski” upolitycznienie poszczególnych kategorii publikacji nie związanych z działalnością władz (dane w proc.).....	205
Tabela 5 „Kurier Miejski” – wydźwięk poszczególnych kategorii tematycznych publikacji lokalnych (dane w proc.)	206
Tabela 6 „Racje Gminne” – upolitycznienie tematyki nie związanej z działalnością władz lokalnych (dane w proc.).....	221
Tabela 7 „Racje Gminne” – wydźwięk poszczególnych kategorii tematycznych (dane w proc.).....	222
Tabela 8 „Rodnia” – upolitycznienie kategorii tematycznych nie związanych z działalnością władz lokalnych (dane w proc.).....	238
Tabela 9 „Rodnia” – wydźwięk poszczególnych kategorii tematycznych (dane w proc.)	240
Tabela 10 „W Bielsku-Białej” – upolitycznienie publikacji nie związanych z działalnością władz (dane w proc.).....	255
Tabela 11 „W Bielsku-Białej” – wydźwięk poszczególnych kategorii tematycznych (dane w proc.)	256
Tabela 12 podsumowanie – upolitycznienie poszczególnych kategorii tematycznych (dane w proc.)	263
Tabela 13 podsumowanie – wydźwięk poszczególnych kategorii tematycznych (dane w proc.).....	265

ANEKS

PRZYKŁADOWY KWESTIONARIUSZ DO BADANIA SPOŁECZNEGO ODBIORU PRASY SAMORZĄDOWEJ

Strona | 402

ANKIETA ODBIORU SPOŁECZNEGO PRASY SAMORZĄDOWEJ Uniwersytet Śląski w Katowicach, Zakład Dziennikarstwa

Szanowna Pani, Szanowny Panie

Bardzo proszę o udzielenie odpowiedzi na pytania niniejszej ankiety, która dotyczy pisma lokalnego Magazyn Samorządowy. Ankieta jest anonimowa, a jej wyniki zostaną wykorzystane jedynie w celach naukowych, dlatego proszę o udzielanie odpowiedzi szczerych, zgodnych z prawdą. Z góry dziękuję za udzieloną pomoc.

Patrycja Szostok, Zakład Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego

1. Od kiedy mieszka Pan/i w Bielsku Białej?				
od urodzenia	od 20 lat i dłużej	Od 10 lat	Od roku	
2. W jakim stopniu czuje się Pan/i związany/a z Bielskiem Białą? (5 – bardzo; 1 – wcale)				
1	2	3	4	5
3. W jakim stopniu interesuje się Pan/i życiem lokalnym Bielska Białej? (5 – bardzo; 1 – wcale)				
1	2	3	4	5
4. W jakim stopniu czuje się Pan/i poinformowany/a na temat życia lokalnego w Bielsku Białej? (5 – bdb; 1 – ndst.)				
1	2	3	4	5
5. Skąd czerpie Pan/i informacje na temat życia lokalnego Bielska Białej?				
Rozmowy z innymi ludźmi		Ogłoszenia i afisze		
Prasa lokalna (jakie tytuły?)		Internet (jakie strony?)		
Prasa regionalna (jakie tytuły?)		Radio (jakie?)		
Kościół – kazania i ogłoszenia parafialne		Zebrania lokalne z mieszkańcami		
Telewizja regionalna (jaka?)		Inne (jakie?)		
Które z tych źródeł jest najważniejsze?				
6. W jakim stopniu interesuje się Pan/i działalnością lokalnych władz? (5 – bardzo; 1 – wcale)				
1	2	3	4	5
7. W jakim stopniu czuje się Pan/i poinformowany/a na temat działalności lokalnych władz? (5 – bdb; 1 – ndst.)				
1	2	3	4	5
8. Czy może Pan/i wymienić nazwiska najważniejszych osób w Bielsku Białej?				
Prezydent		Ksiądz Proboszcz		
Przewodniczący Rady Miasta		Kierownik Domu Kultury		
9. Jak często uczestniczy Pan/i w wyborach samorządowych w Bielsku Białej?				
Zawsze	Prawie zawsze	Rzadko	Prawie nigdy	Nigdy
10. Skąd czerpie Pan/i informacje na temat lokalnych władz?				
Rozmowy z innymi ludźmi		Ogłoszenia i afisze		
Prasa lokalna (jakie tytuły?)		Internet (jakie strony?)		
Prasa regionalna (jakie tytuły?)		Radio (jakie?)		
Kościół – kazania i ogłoszenia parafialne		Zebrania lokalne z mieszkańcami		
Telewizja regionalna (jaka?)		Inne (jakie?)		
Które z tych źródeł jest najważniejsze?				
11. Czy popiera Pan/i działalność obecnych władz lokalnych w Bielsku Białej?				
Popiera m	Popieram większość decyzji	Popieram nieliczne decyzje	Nie popieram wcale	Nie mam zdania

12. Czy czyta Pan/i Magazyn Samorządowy „W Bielsku-Białej”?				
Czytam stale (prawie każdy numer)	Czytam od czasu do czasu (co 2 – 3 numer)	Czytam sporadycznie (kilka razy w roku)	W ogóle nie czytam	
13. Proszę podać główne powody, dla których czyta Pan/i Magazyn Samorządowy				
14. Od jak dawna czyta Pan/i Magazyn Samorządowy?				
Od powstania	Od 5 lat	Od 2 lat	Od roku	Nie pamiętam
15. Jaka tematyka poruszana na łamach Magazynu Samorządowego interesuje Panią/Pana najbardziej (proszę zaznaczyć wszystkie trafne odpowiedzi)				
Działalność władz lokalnych		Polityka lokalna		
Kultura lokalna		Historia lokalna		
Lokalna problematyka społeczna		Lokalna tematyka religijna		
Sport lokalny		Lokalna tematyka zdrowotna i socjalna		
Lokalne organizacje społeczne		Gospodarka lokalna		
Lokalna tematyka komunalna i komunikacyjna		Tematyka pozalokalna		
Reklamy i ogłoszenia		Inne (jakie?)		
16. Czego jest za dużo w Magazynie Samorządowym? (proszę wpisać)				
17. Czego jest za mało w Magazynie Samorządowym? (proszę wpisać)				
18. Czy według Pana/i należy coś zmienić w Magazynie Samorządowym?				
Nie	Tak (co?)			
19. W jakim stopniu ufa Pan/i informacjom zamieszczanym w Magazynie Samorządowym?				
Ufam w zupełności	Ufam średnio	Raczej nie ufam	Zupełnie nie ufam	
20. Czy Magazyn Samorządowy na swoich łamach kogoś szczególnie faworyzuje?				
Nie	Tak (kogo?)			
21. Czy Magazyn Samorządowy kogoś zwalcza?				
Nie	Tak (kogo?)			
22. Czy Magazyn Samorządowy jest od kogoś zależny? (czy ktoś wpływa na publikacje w piśmie)				
Nie	Tak (od kogo?)			
23. Jak Magazyn Samorządowy przedstawia na swoich łamach obraz rzeczywistości?				
nie mam zdania		idealizuje ją ponad stan faktyczny		
jest całkowicie zgodny ze stanem faktycznym		jest raczej zgodny ze stanem faktycznym		
prezentuje rzeczywistość bardziej „czarno” (negatywnie) niż ma to miejsce faktycznie				
24. Która opinia na temat Magazynu Samorządowego jest według Pana/i prawdziwa?				
gazeta jest potrzebna mieszkańcom Bielska Białej		jest mi obojętne, czy gazeta się ukazuje		
gazeta musiałaby się zmienić, żeby być potrzebna		szkoda pieniędzy i papieru – gazeta jest niepotrzebna		
gazeta jest bardziej potrzebna władzom, niż mieszkańcom miasta				
25. W celach statystycznych proszę określić				
Płeć	K	M	Rok urodzenia	
Wykształcenie	podstawowe	zasadnicze zawodowe	średnie	wyższe

TABELE – BADANIA SPOŁECZNEGO ODBIORU

SPIS TABEL	Strona 404
Tabela 1 – Bielsko-Biała, zależność między długością zamieszkania w mieście a poczuciem związku z nim.....	412
Tabela 2 – Bielsko-Biała, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a zainteresowaniem życiem lokalnym.....	412
Tabela 3 – Bielsko-Biała – zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a zainteresowaniem życiem lokalnym.....	413
Tabela 4 – Bielsko-Biała – zależność pomiędzy wiekiem respondentów a preferowanym źródłem informacji lokalnej.....	413
Tabela 5 – Bielsko-Biała, zależność pomiędzy częstotliwością uczestniczenia w wyborach samorządowych a poparciem dla władz.....	414
Tabela 6 – Bielsko-Biała, zależność pomiędzy płcią respondentów a czytelnictwem „W Bielsku-Białej”	414
Tabela 7 – Bielsko-Biała, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem „W Bielsku-Białej”	415
Tabela 8 – Bielsko-Biała, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem „W Bielsku-Białej”	415
Tabela 9 – Bielsko-Biała, zależność pomiędzy poparciem dla władz lokalnych a czytelnictwem „W Bielsku-Białej”	416
Tabela 10 – Bielsko-Biała, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a czytelnictwem „W Bielsku-Białej”	416
Tabela 11 – Bielsko-Biała, badania internetowe, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a poczuciem związku z nim.....	417
Tabela 12 – Bielsko-Biała, badania internetowe, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a zainteresowaniem życiem lokalnym	417
Tabela 13 – Bielsko-Biała, badania internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a zainteresowaniem życiem lokalnym	418
Tabela 14 – Bielsko-Biała, badania internetowe, zależność pomiędzy wiekiem a preferowanym źródłem informacji lokalnej	418
Tabela 15 – Bielsko-Biała, badania internetowe, zależność pomiędzy częstotliwością udziału w wyborach samorządowych a poparciem dla lokalnych władz.....	419
Tabela 16 – Bielsko-Biała, badania internetowe, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem „W Bielsku-Białej”	419
Tabela 17 – Bielsko-Biała, badania internetowe, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem „W Bielsku-Białej”	420
Tabela 18 – Bielsko-Biała, badania internetowe, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem „W Bielsku-Białej”	420
Tabela 19 – Bielsko-Biała, badania internetowe, zależność pomiędzy poparciem dla lokalnych władz a czytelnictwem „W Bielsku-Białej”	421
Tabela 20 – Bielsko-Biała, badania internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a czytelnictwem „W Bielsk-Białej”	421

Tabela 21 – Bieruń, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a poczuciem związku z nim	422
Tabela 22 – Bieruń, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a zainteresowaniem życiem lokalnym.....	422
Tabela 23 – Bieruń, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a zainteresowaniem życiem lokalnym.....	423
Tabela 24 – Bieruń, zależność pomiędzy wiekiem respondentów a preferowanym źródłem informacji lokalnej.....	423
Tabela 25 – Bieruń, zależność pomiędzy częstotliwością udziału w wyborach samorządowych a poparciem dla lokalnych władz.....	424
Tabela 26 – Bieruń, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem „Rodni”	424
Tabela 27 – Bieruń, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem „Rodni”	425
Tabela 28 – Bieruń, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem „Rodni”	425
Tabela 29 – Bieruń, zależność pomiędzy poparciem dla władz lokalnych a czytelnictwem „Rodni”	426
Tabela 30 – Bieruń, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a czytelnictwem „Rodni”	426
Tabela 31 – Bieruń, badania internetowe, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a poczuciem związku z nim.....	427
Tabela 32 – Bieruń, badania internetowe, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a zainteresowaniem życiem lokalnym	427
Tabela 33 – Bieruń, badania internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a zainteresowaniem życiem lokalnym.....	428
Tabela 34 – Bieruń, badania internetowe, zależność pomiędzy wiekiem respondentów a preferowanym źródłem informacji lokalnej.....	428
Tabela 35 – Bieruń, badania internetowe, zależność pomiędzy częstotliwością udziału w wyborach samorządowych a poparciem dla władz lokalnych.....	429
Tabela 36 – Bieruń, badania internetowe, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem „Rodni”	429
Tabela 37 - Bieruń, badania internetowe, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem „Rodni”	430
Tabela 38 – Bieruń, badania internetowe, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem „Rodni”	430
Tabela 39 – Bieruń, badania internetowe, zależność pomiędzy poparciem dla lokalnych władz a czytelnictwem „Rodni”	431
Tabela 40 – Bieruń, badania internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a czytelnictwem „Rodni”	431
Tabela 41 – Ornontowice, zależność pomiędzy długością zamieszkania w gminie a poczuciem związku z miejscowością	432
Tabela 42 – Ornontowice, zależność pomiędzy długością zamieszkania w gminie a zainteresowaniem życiem lokalnym	432
Tabela 43 – Ornontowice, zależność pomiędzy poczuciem związku z miejscowością a zainteresowaniem życiem lokalnym	433
Tabela 44 – Ornontowice, zależność pomiędzy wiekiem respondentów a preferowanym źródłem informacji lokalnej.....	433
Tabela 45 – Ornontowice, zależność pomiędzy częstotliwością uczestnictwa w wyborach samorządowych a poparciem dla lokalnych władz	434
Tabela 46 – Ornontowice, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem „Głosu Ornontowic”	434
Tabela 47 – Ornontowice, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem „Głosu Ornontowic”	435
Tabela 48 – Ornontowice, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem „Głosu Ornontowic”	435

Tabela 49 – Ornontowice, zależność pomiędzy poparciem dla lokalnych władz a czytelnictwem „Głosu Ornontowic”	436
Tabela 50 – Ornontowice, zależność pomiędzy poczuciem związku z miejscowością a czytelnictwem „Głosu Ornontowic”	436
Tabela 51 – Ornontowice, badania internetowe, zależność pomiędzy długością zamieszkania w gminie a poczuciem związku z miejscowością	437
Tabela 52 – Ornontowice, badania internetowe, zależność pomiędzy długością zamieszkania w gminie a zainteresowaniem życiem lokalnym	437
Tabela 53 – Ornontowice, badania internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z gminą a zainteresowaniem życiem lokalnym	438
Tabela 54 – Ornontowice, badania internetowe, zależność pomiędzy wiekiem respondentów a preferowanym źródłem informacji lokalnej	438
Tabela 55 – Ornontowice, badania internetowe, zależność pomiędzy częstotliwością udziału w wyborach samorządowych a poparciem dla władz lokalnych.....	439
Tabela 56 – Ornontowice, badanie internetowe, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem „Głosu Ornontowic”	439
Tabela 57 – Ornontowice, badanie internetowe, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem „Głosu Ornontowic”	440
Tabela 58 – Ornontowice, badanie internetowe, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem „Głosu Ornontowic”	440
Tabela 59 – Ornontowice, badanie internetowe, zależność pomiędzy poparciem dla władz lokalnych a czytelnictwem „Głosu Ornontowic” ...	441
Tabela 60 – Ornontowice, badanie internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z gminą a czytelnictwem „Głosu Ornontowic”	441
Tabela 61 – Pawłowice, zależność pomiędzy długością zamieszkania w gminie a poczuciem związku z miejscowością	442
Tabela 62 – Pawłowice, zależność pomiędzy długością zamieszkania w gminie a zainteresowaniem życiem lokalnym	442
Tabela 63 – Pawłowice, zależność pomiędzy poczuciem związku z gminą a zainteresowaniem życiem lokalnym	443
Tabela 64 – Pawłowice, zależność pomiędzy wiekiem respondentów w preferowanym źródłem informacji lokalnej	443
Tabela 65 – Pawłowice, zależność pomiędzy częstotliwością uczestnictwa w wyborach samorządowych a poparciem dla lokalnych władz	444
Tabela 66 – Pawłowice, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem „Racji Gminnych”	444
Tabela 67 – Pawłowice, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem „Racji Gminnych”	445
Tabela 68 – Pawłowice, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem „Racji Gminnych”	445
Tabela 69 – Pawłowice, zależność pomiędzy poparciem dla lokalnych władz a czytelnictwem „Racji Gminnych”	446
Tabela 70 – Pawłowice, zależność pomiędzy poczuciem związku z gminą a czytelnictwem „Racji Gminnych”	446
Tabela 71 – Pawłowice, badania internetowe, zależność pomiędzy długością zamieszkania w gminie a poczuciem związku z miejscowością ..	447
Tabela 72 – Pawłowice, badania internetowe, zależność pomiędzy długością zamieszkania w gminie a zainteresowaniem życiem lokalnym...	447
Tabela 73 – Pawłowice, badanie internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z gminą a zainteresowaniem życiem lokalnym	448
Tabela 74 – Pawłowice, badania internetowe, zależność pomiędzy wiekiem a preferowanym źródłem informacji lokalnej	448

Tabela 75 – Pawłowice, badania internetowe, zależność pomiędzy częstotliwością uczestnictwa w wyborach samorządowych a poparciem dla władz lokalnych.....	449
Tabela 76 – Pawłowice, badania internetowe, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem „Racji Gminnych”	449
Tabela 77 – Pawłowice, badania internetowe, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem „Racji Gminnych”	450
Tabela 78 – Pawłowice, badania internetowe, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem „Racji Gminnych”	450
Tabela 79 – Pawłowice, badania internetowe, zależność pomiędzy poparciem dla lokalnych władz a czytelnictwem „Racji Gminnych”	451
Tabela 80 – Pawłowice, badania internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z gminą a czytelnictwem „Racji Gminnych”	451
Tabela 81 – Sosnowiec, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a poczuciem związku z nim	452
Tabela 82 – Sosnowiec, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a zainteresowaniem życiem lokalnym	452
Tabela 83 – Sosnowiec, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a zainteresowaniem życiem lokalnym	453
Tabela 84 – Sosnowiec, zależność pomiędzy wiekiem a preferowanym źródłem informacji lokalnej	453
Tabela 85 – Sosnowiec, zależność pomiędzy częstotliwością udziału w wyborach samorządowych a poparciem dla lokalnych władz	454
Tabela 86 – Sosnowiec, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem „Kuriera Miejskiego”	454
Tabela 87 – Sosnowiec, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem „Kuriera Miejskiego”	455
Tabela 88 – Sosnowiec, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem „Kuriera Miejskiego”	455
Tabela 89 – Sosnowiec, zależność pomiędzy poparciem dla lokalnych władz a czytelnictwem „Kuriera Miejskiego”	456
Tabela 90 – Sosnowiec, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a czytelnictwem „Kuriera Miejskiego”	456
Tabela 91 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a poczuciem związku z nim	457
Tabela 92 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy długością zamieszkania w mieście a zainteresowaniem życiem lokalnym	457
Tabela 93 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a zainteresowaniem życiem lokalnym	458
Tabela 94 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy wiekiem respondentów a preferowanym źródłem informacji lokalnej	458
Tabela 95 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy częstotliwością udziału w wyborach samorządowych a poparciem dla lokalnych władz	459
Tabela 96 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem „Kuriera Miejskiego”	459
Tabela 97 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem „Kuriera Miejskiego”	460
Tabela 98 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem „Kuriera Miejskiego”	460
Tabela 99 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy poparciem dla władz lokalnych a czytelnictwem „Kuriera Miejskiego”	461
Tabela 100 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a czytelnictwem „Kuriera Miejskiego”	461
Tabela 101 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a poczuciem związku z nim	463

Tabela 102 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a zainteresowaniem życiem lokalnym.....	463
Tabela 103 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a poczuciem poinformowania o wydarzeniach lokalnych.....	464
Tabela 104 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a preferowanym źródłem informacji lokalnej.....	464
Tabela 105 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy wiekiem respondentów a preferowanym źródłem informacji lokalnej	465
Tabela 106 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a zainteresowaniem działalnością władz lokalnych	466
Tabela 107 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a poczuciem poinformowania na temat działalności władz lokalnych.....	466
Tabela 108 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a znajomością nazwisk najważniejszych osób w miejscowości.....	467
Tabela 109 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a częstotliwością udziału w wyborach samorządowych.....	467
Tabela 110 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a preferowanym źródłem informacji o działalności władz lokalnych.....	468
Tabela 111 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a poparciem dla władz lokalnych.....	468
Tabela 112 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a czytelnictwem pisma samorządowego	470
Tabela 113 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a długością czytelnictwa pisma samorządowego ...	470
Tabela 114 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem pisma samorządowego.....	471
Tabela 115 – Podsumowanie badania odbioru, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem pisma samorządowego	471
Tabela 116 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem pisma samorządowego.....	472
Tabela 117 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy poparciem dla władz lokalnych a czytelnictwem pisma samorządowego....	472
Tabela 118– Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy poczuciem związku z miejscowością a czytelnictwem pisma samorządowego	473
Tabela 119 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy zainteresowaniem życiem lokalnym a czytelnictwem pisma samorządowego	473
Tabela 120 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy pismem, a powodem, dla którego jest czytane	474
Tabela 121 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem respondentów , czego jest w nim za dużo	475
Tabela 122 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem respondentów, czego jest w nim za mało.....	476

Tabela 123 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem respondentów, co należy w nim zmienić	477
Tabela 124– Podsumowanie badań odbioru, zaufanie do poszczególnych tytułów prasy samorządowej	478
Tabela 125 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem czytelników, czy na swoich łamach kogoś ono faworyzuje	478
Tabela 126 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem czytelników, czy na swoich łamach kogoś ono zwalcza.....	479
Tabela 127 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem czytelników, czy jest ono od kogoś zależne	479
Tabela 128 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem czytelników, jak przedstawia ono na swoich łamach rzeczywistość	480
Tabela 129 – Podsumowanie badań odbioru, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem czytelników na jego temat	481
Tabela 130 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a poczuciem związku z miejscowością.....	481
Tabela 131 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a zainteresowaniem życiem lokalnym	482
Tabela 132 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a poczuciem poinformowania o życiu lokalnym.....	482
Tabela 133 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a preferowanym źródłem informacji lokalnej	483
Tabela 134 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy wiekiem a preferowanym źródłem informacji lokalnej	484
Tabela 135 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a zainteresowaniem działalnością lokalnych władz.....	485
Tabela 136 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a poczuciem poinformowania o działalności władz lokalnych.....	485
Tabela 137 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a znajomością nazwisk najważniejszych osób w miejscowości	486
Tabela 138 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a częstotliwością udziału w wyborach samorządowych	486

Tabela 139 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a preferowanym źródłem informacji o działalności władz lokalnych.....	487
Tabela 140– Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a poparciem dla władz lokalnych.....	487
Tabela 141 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a czytelnictwem pisma samorządowego.....	488
Tabela 142 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a długością czytelnictwa pisma samorządowego.....	488
Tabela 143 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy płcią a czytelnictwem pisma samorządowego.....	489
Tabela 144 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy wiekiem a czytelnictwem pisma samorządowego.....	489
Tabela 145 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy wykształceniem a czytelnictwem pisma samorządowego.....	490
Tabela 146 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy poparciem dla władz lokalnych a czytelnictwem pisma samorządowego.....	490
Tabela 147 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z miejscowością a czytelnictwem pisma samorządowego.....	491
Tabela 148 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy zainteresowaniem życiem lokalnym a czytelnictwem pisma samorządowego.....	491
Tabela 149 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy pismem, a powodami dla jakich jest czytane.....	492
Tabela 150 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem respondentów, czego jest w nim za dużo.....	493
Tabela 151 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem respondentów, czego jest w nim za mało.....	494
Tabela 152 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem respondentów, co należy w nim zmienić.....	495
Tabela 153 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy pismem a zaufaniem do niego.....	496
Tabela 154 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem respondentów, czy kogoś ono na swoich łamach faworyzuje.....	496

Tabela 155 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem respondentów, czy kogoś ono na swoich łamach zwalcza	497
Tabela 156 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem respondentów, czy jest ono od kogoś zależne	497
Tabela 157 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy pismem a przekonaniem respondentów, jak przedstawia ono rzeczywistość	498
Tabela 158 – Podsumowanie badań odbioru, badanie internetowe, zależność pomiędzy pismem a zdaniem respondentów na jego temat	498

TABELA 14 – BIELSKO-BIAŁA, ZALEŻNOŚĆ MIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z NIM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	od kiedy respondent mieszka w Bielsku-Białej							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	1	1,6	1	4			1	33,3
prawie wcale	2	3,2	1	4				
średnio	3	4,8	7	28	1	11,1	1	33,3
mocno	21	33,3	4	16	2	22,2		
bardzo mocno	36	57,1	12	48	6	66,7	1	33,3

TABELA 15 – BIELSKO-BIAŁA, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta	od kiedy respondent mieszka w Bielsku-Białej							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	4	6,3	1	4			1	33,3
prawie wcale	6	9,5	5	20	1	11,1		
średnio	29	46	4	16	2	22,2	1	33,3
mocno	15	23,8	4	16	3	33,3	1	33,3
bardzo mocno	9	14,3	11	44	3	33,3		

TABELA 16 – BIELSKO-BIAŁA – ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIASTEM A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	ilość	%	Ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%
Wcale	2	33,3			1	2,8				
prawie wcale			1	8,3	2	5,6				
Średnio			3	25	6	16,7	2	8,7	1	4,3
Mocno	2	33,3	4	33,3	10	27,8	8	34,8	3	13
bardzo mocno	2	33,3	4	33,3	17	47,2	13	56,5	19	82,6

TABELA 17 – BIELSKO-BIAŁA – ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM RESPONDENTÓW A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

Najważniejsze źródło informacji lokalnej	Wiek																									
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat		80-89 lat	
	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%
brak odpowiedzi			1	20	1	8,3	2	18,2	1	12,5	3	42,9			2	20	3	20	2	33,3			1	14,3		
rozmowy z innymi ludźmi	1	20	2	40	1	8,3	2	18,2			1	14,3	3	37,5	3	30	1	6,7			2	40	3	42,9		
prasa lokalna			2	40	4	33,3			1	12,5	1	14,3	1	12,5	3	30	5	33,3	1	16,7	1	20	2	28,6		
prasa regionalna					4	33,3																				
kazania i ogłoszenia parafialne													1	12,5			1	6,7								
telewizja regionalna	1	20					2	18,2			1	14,3	3	37,5	1	10	1	6,7			1	20	1	14,3	1	100
ogłoszenia i afisze							2	18,2	1	12,5																
Internet	2	40			1	8,3	1	9,1	3	37,5	1	14,3					1	6,7								
Radio	1	20			1	8,3	2	18,2	2	25					1	10	3	20	3	50	1	20				

TABELA 18 – BIELSKO-BIAŁA, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UCZESTNICZENIA W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH A POPARCIEM DLA WŁADZ

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Bielsku-Białej									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
Zawsze	10	52,6%	15	65,2%	9	39,1%	2	25%	7	25,9%
prawie zawsze	4	21,1%	4	17,4%	6	26,1%	1	12,5%	2	7,4%
Rzadko	2	10,5%	1	4,3%	3	13%	1	12,5%	5	18,5%
prawie nigdy	1	5,3%			2	8,7%	1	12,5%	3	11,1%
Nigdy	2	10,5%	3	13%	3	13%	3	37,5%	10	37%

TABELA 19 – BIELSKO-BIAŁA, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ RESPONDENTÓW A CZYTELNICTWEM „W BIELSKU-BIAŁEJ”

czy respondent czyta Magazyn Samorządowy "W Bielsku-Białej"	Płeć			
	Mężczyzna		kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	4	8,2%	4	7,8%
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	8	16,3%	9	17,6%
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	5	10,2%	8	15,7%
w ogóle nie czyta	32	65,3%	30	58,8%

TABELA 20 – BIELSKO-BIAŁA, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM „W BIELSKU-BIAŁEJ”

czy respondent czyta Magazyn Samorządowy "W Bielsku-Białej"	Wiek																									
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat		80-89 lat	
	il		il		il				il		il		il		il		il		il		il		il		il	
	o	%	o	%	o	%	ilo	%	o	%	o	%	o	%	o	%	o	%	o	%	o	%	o	%	o	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer									1	12,5	1	14,3	1	12,5			3	20			1	20	1	14,3		
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			1	20	2	16,7							1	12,5	3	30	3	20	4	66,7	2	40	1	14,3		
czyta sporadycznie - kilka razy w roku					3	25			2	25	1	14,3			2	20	3	20			1	20	1	14,3		
w ogóle nie czyta	5	100	4	80	7	58,3	11	100	5	62,5	5	71,4	6	75	5	50	6	40	2	33,3	1	20	4	57,1	1	100

TABELA 21 – BIELSKO-BIAŁA, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM „W BIELSKU-BIAŁEJ”

czy respondent czyta Magazyn Samorządowy "W Bielsku-Białej"	Wykształcenie							
	podstawowe		zasadnicze zawodowe		średnie		wyższe	
	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	1	4	2	6,9	4	12,5	1	7,1
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	6	24	4	13,8	5	15,6	2	14,3
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	3	12	4	13,8	5	15,6	1	7,1
w ogóle nie czyta	15	60	19	65,5	18	56,3	10	71,4

TABELA 22 – BIELSKO-BIAŁA, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH A CZYTELNICTWEM „W BIELSKU-BIAŁEJ”

Czy respondent czyta Magazyn Samorządowy „W Bielsku-Białej”	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Bielsku-Białej									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	3	15,8%	1	4,3%	2	8,7%	1	12,5%	1	3,7%
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	3	15,8%	6	26,1%	7	30,4%	1	12,5%		
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	3	15,8%	3	13%	2	8,7%	1	12,5%	4	14,8%
w ogóle nie czyta	10	52,6%	13	56,5%	12	52,2%	5	62,5%	22	81,5%

TABELA 23 – BIELSKO-BIAŁA, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIASTEM A CZYTELNICTWEM „W BIELSKU-BIAŁEJ”

czy respondent czyta Magazyn Samorządowy "W Bielsku-Białej"	w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	ilość	%	ilość	%	ilość	%	ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer					1	8,3			7	12,7
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer					1	8,3	3	11,1	13	23,6
czyta sporadycznie - kilka razy w roku							8	29,6	5	9,1
w ogóle nie czyta	3	100	3	100	10	83,3	16	59,3	30	54,5

TABELA 24 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z NIM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	od kiedy respondent mieszka w Bielsku-Białej							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	1	,5	1	5,6			1	33,3
prawie wcale	3	1,5					2	66,7
średnio	18	9,3	3	16,7	2	22,2		
mocno	55	28,4	7	38,9	5	55,6		
bardzo mocno	117	60,3	7	38,9	2	22,2		

TABELA 25 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta	od kiedy respondent mieszka w Bielsku-Białej							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	7	3,6	1	5,6			1	33,3
prawie wcale	24	12,4	2	11,1	2	22,2	2	66,7
średnio	51	26,3	6	33,3	5	55,6		
mocno	79	40,7	8	44,4	2	22,2		
bardzo mocno	33	17	1	5,6				

TABELA 26 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIASTEM A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
Wcale	3	33,3								
prawie wcale			4	13,3	1	1,6				
średnio	1	11,1	7	23,3	11	17,7	4	4,5		
mocno	1	11,1	9	30	27	43,5	27	30,3	3	8,8
bardzo mocno	4	44,4	10	33,3	23	37,1	58	65,2	31	91,2

TABELA 27 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

Najważniejsze źródło informacji lokalnej	Wiek																					
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lat		65-69 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
brak odpowiedzi	1	6,3	1	1,8	5	10,4	5	9,6	1	6,3							2	28,6			1	50
rozmowy z innymi ludźmi	5	31,3	21	37,5	11	22,9	10	19,2	2	12,5	1	8,3	2	16,7								
prasa lokalna	2	12,5	4	7,1	6	12,5	4	7,7	4	25	4	33,3	4	33,3			1	14,3				
prasa regionalna			2	3,6	1	2,1	1	1,9	1	6,3												
kazania i ogłoszenia parafialne	2	12,5	1	1,8			1	1,9			1	8,3										
telewizja regionalna	1	6,3	3	5,4	3	6,3	3	5,8	1	6,3	2	16,7	2	16,7								
ogłoszenia i afisze	1	6,3	1	1,8	3	6,3	2	3,8	1	6,3					1	50						
Internet	4	25	11	19,6	10	20,8	14	26,9	4	25	2	16,7	1	8,3			1	14,3	1	100		
Radio			12	21,4	8	16,7	11	21,2	2	12,5	2	16,7	3	25	1	50	3	42,9			1	50

zebrania lokalne z mieszkańcami					1	2,1	1	1,9												
---------------------------------	--	--	--	--	---	-----	---	-----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

TABELA 28 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UDZIAŁU W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH A POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ

Strona | 419

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Bielsku-Białej									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
zawsze	19	65,5	45	52,9	16	36,4	6	42,8	9	17,3
prawie zawsze	3	10,3	10	11,8	5	11,4	1	7,1	8	15,4
rzadko	1	3,4	7	8,2	6	13,6	1	7,1	6	11,5
prawie nigdy			3	3,5	5	11,4	1	7,1	4	7,7
nigdy	6	20,7	20	23,5	12	27,3	5	35,7	25	48,1

TABELA 29 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ A CZYTELNICTWEM „W BIELSKU-BIAŁEJ”

czy respondent czyta Magazyn Samorządowy "W Bielsku-Białej"	Płeć			
	Mężczyzna		Kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	10	10,1	16	12,8
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	22	22,2	19	15,2
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	23	23,2	28	22,4
w ogóle nie czyta	44	44,4	62	49,6

TABELA 30 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM „W BIELSKU-BIAŁEJ”

czy respondent czyta Magazyn Samorządowy "W Bielsku- Białej"	Wiek																					
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer			3	5,4	6	12,5	5	9,6	2	12,5	3	25	2	16,7			3	42,9			2	100
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	3	18,8	11	19,6	7	14,6	10	19,2	4	25	3	25	1	8,3			1	14,3	1	100		
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	3	18,8	12	21,4	10	20,8	14	26,9	4	25	4	33,3			1	50	3	42,9				
w ogóle nie czyta	10	62,5	30	53,6	25	52,1	23	44,2	6	37,5	2	16,7	9	75	1	50						

TABELA 31 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM „W BIELSKU-BIAŁEJ”

czy respondent czyta Magazyn Samorządowy "W Bielsku-Białej"	Wykształcenie							
	Podstawowe		zasadnicze zawodowe		średnie		Wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	2	3,5			11	13,6	13	16,5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	10	17,5			17	21	14	17,7
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	11	19,3	2	28,6	20	24,7	18	22,8
w ogóle nie czyta	34	59,6	5	71,4	33	40,7	34	43

TABELA 32 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ A CZYTELNICTWEM „W BIELSKU-BIAŁEJ”

czy respondent czyta Magazyn Samorządowy "W Bielsku-Białej"	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Bielsku-Białej									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	8	27,6	15	17,6	2	4,5			1	1,9
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	6	20,7	17	20	13	29,5	3	21,4	2	3,8
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	4	13,8	21	24,7	14	31,8	1	7,1	11	21,2
w ogóle nie czyta	11	37,9	32	37,6	15	34,1	10	71,4	38	73,1

TABELA 33 – BIELSKO-BIAŁA, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIASTEM A CZYTELNICTWEM „W BIELSKU-BIAŁEJ”

czy respondent czyta Magazyn Samorządowy "W Bielsku-Białej"	w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer			1	20	2	8,7	5	7,5	18	14,3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			1	20	3	13	11	16,4	26	20,6
czyta sporadycznie - kilka razy w roku			2	40	8	34,8	18	26,9	23	18,3
w ogóle nie czyta	3	100	1	20	10	43,5	33	49,3	59	46,8

TABELA 34 – BIERUŃ, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z NIM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	od kiedy respondent mieszka w Bieruniu							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	4	7,3	2	9,1	3	14,3	2	40
prawie wcale	7	12,7	4	18,2	3	14,3	1	20
średnio	13	23,6	4	18,2	9	42,9	1	20
mocno	14	25,5	10	45,5	3	14,3	1	20
bardzo mocno	17	30,9	2	9,1	3	14,3		

TABELA 35 – BIERUŃ, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta	od kiedy respondent mieszka w Bieruniu							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	7	12,7	1	4,5	2	9,5	3	60
prawie wcale	14	25,5	6	27,3	6	28,6		
średnio	15	27,3	6	27,3	8	38,1	2	40
mocno	14	25,5	6	27,3	4	19		
bardzo mocno	5	9,1	3	13,6	1	4,8		

TABELA 36 – BIERUŃ, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POZUCIEM ZWIĄZKU Z MIASTEM A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta									
	Wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	9	69,2	1	3,8	1	3,2				
prawie wcale	2	15,4	11	42,3	2	6,5				
średnio			8	30,8	15	48,4	3	12,5	1	11,1
mocno			3	11,5	10	32,3	14	58,3	1	11,1
bardzo mocno	2	15,4	3	11,5	3	9,7	7	29,2	7	77,8

TABELA 37 – BIERUŃ, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM RESPONDENTÓW A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

Najważniejsze źródło informacji lokalnej	Wiek																									
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat		80-89 lat	
	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	I I o ś ć	%
brak odpowiedzi					1	7,1	1	12,5	1	12,5	4	40	3	23,1	1	10	2	18,2			2	40	1	25	1	33,3
rozmowy z innymi ludźmi	3	50	5	55,6	6	42,9	2	25	2	25	1	10	3	23,1	3	30	5	45,5			3	60	1	25	1	33,3
prasa lokalna			2	22,2	2	14,3	2	25	2	25	2	20	2	15,4	2	20	2	18,2					1	25		
prasa regionalna					1	7,1			1	12,5												1	25			
kazania i ogłoszenia parafialne	2	33,3			3	21,4	2	25			1	10	1	7,7					1	50					1	33,3
telewizja regionalna					1	7,1																				
ogłoszenia i afisze							1	12,5					1	7,7	2	20	1	9,1								
Internet	1	16,7	2	22,2					2	25	1	10	3	23,1												
Radio											1	10			2	20	1	9,1	1	50						

TABELA 38 – BIERUŃ, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UDZIAŁU W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH A POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ

	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Bieruniu									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
zawsze	4	44,4	12	50	8	28,6	3	13,6	6	30
prawie zawsze	1	11,1	5	20,8	9	32,1	3	13,6		
rzadko	3	33,3	3	12,5	8	28,6	7	31,8	4	20
prawie nigdy	1	11,1	2	8,3			2	9,1	3	15
nigdy			2	8,3	3	10,7	7	31,8	7	35

TABELA 39 – BIERUŃ, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ A CZYTELNICTWEM „RODNI”

czy respondent czyta "Rodnię"	Płeć			
	Mężczyzna		Kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	9	17,3	13	25,5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	10	19,2	15	29,4
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	19	36,5	13	25,5
w ogóle nie czyta	14	26,9	10	19,6

TABELA 40 – BIERUŃ, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM „RODNI”

czy respondent czyta "Rodnię"	Wiek																									
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat		80-89 lat	
	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%	II o s ć	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer			1	11,1	2	14,3	2	25	3	37,5	2	20	2	15,4	1	10	5	45,5			1	20	2	50	1	33,3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	1	16,7	4	44,4	2	14,3	1	12,5	2	25	3	30	4	30,8	2	20	3	27,3			1	20	1	25	1	33,3
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	3	50	2	22,2	6	42,9	2	25	2	25	5	50	3	23,1	3	30	2	18,2			3	60	1	25		
w ogóle nie czyta	2	33,3	2	22,2	4	28,6	3	37,5	1	12,5			4	30,8	4	40	1	9,1	2	100					1	33,3

TABELA 41 – BIERUŃ, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM „RODNI”

czy respondent czyta "Rodnię"	Wykształcenie							
	podstawowe		zasadnicze zawodowe		średnie		Wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	5	17,9	6	17,6	9	29	2	20
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	6	21,4	7	20,6	10	32,3	2	20
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	8	28,6	12	35,3	9	29	3	30
w ogóle nie czyta	9	32,1	9	26,5	3	9,7	3	30

TABELA 42 – BIERUŃ, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH A CZYTELNICTWEM „RODNI”

czy respondent czyta "Rodnię"	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Bieruniu									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	5	55,6	9	37,5	4	14,3	3	13,6	1	5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	2	22,2	5	20,8	11	39,3	3	13,6	4	20
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	2	22,2	7	29,2	9	32,1	5	22,7	9	45
w ogóle nie czyta			3	12,5	4	14,3	11	50	6	30

TABELA 43 – BIERUŃ, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIASTEM A CZYTELNICTWEM „RODNI”

czy respondent czyta "Rodnię"	w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer			1	6,7	4	14,8	9	32,1	8	36,4
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	2	18,2	3	20	8	29,6	8	28,6	4	18,2
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	4	36,4	6	40	9	33,3	6	21,4	7	31,8
w ogóle nie czyta	5	45,5	5	33,3	6	22,2	5	17,9	3	13,6

TABELA 44 – BIERUŃ, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z NIM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	od kiedy respondent mieszka w Bieruniu							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
prawie wcale	2	5			1	16,7		
średnio	12	30	1	16,7			1	100
mocno	12	30	4	66,7	2	33,3		
bardzo mocno	14	35	1	16,7	3	50		

TABELA 45 – BIERUŃ, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta	od kiedy respondent mieszka w Bieruniu							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
Wcale	2	5			1	16,7		
prawie wcale	9	22,5			1	16,7		
Średnio	14	35	1	16,7	2	33,3	1	100
Mocno	9	22,5	2	33,3	1	16,7		
bardzo mocno	6	15	3	50	1	16,7		

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
prawie wcale	1	33,3			2	11,1				
Średnio	1	33,3	4	40	7	38,9	2	16,7		
Mocno			3	30	5	27,8	6	50	4	40
bardzo mocno	1	33,3	3	30	4	22,2	4	33,3	6	60

[illegible]

TABELA 48 – BIERUŃ, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UDZIAŁU W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH A POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Bieruniu									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
Zawsze	2	50	9	56,3	5	26,3	2	100	1	8,3
prawie zawsze			2	12,5	6	31,6				
Rzadko	1	25	1	6,3	1	5,3			2	16,7
prawie nigdy			1	6,3	2	10,5				
Nigdy	1	25	3	18,8	5	26,3			9	75

TABELA 49 – BIERUŃ, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCİĄ A CZYTELNICTWEM „RODNI”

czy respondent czyta "Rodnię"	Płeć			
	Mężczyzna		Kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	6	24	7	25
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	7	28	9	32,1
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	9	36	10	35,7
w ogóle nie czyta	3	12	2	7,1

TABELA 50 - BIERUŃ, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM „RODNI”

czy respondent czyta "Rodnię"	Wiek											
	15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		45-49 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	5	17,2	4	40	1	14,3	3	75				
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	10	34,5	2	20	2	28,6	1	25	1	50		
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	11	37,9	4	40	3	42,9			1	50		
w ogóle nie czyta	3	10,3			1	14,3					1	100

TABELA 51 – BIERUŃ, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM „RODNI”

czy respondent czyta "Rodnię"	Wykształcenie							
	podstawowe		zasadnicze zawodowe		średnie		Wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	1	7,1	4	66,7	6	24	2	25
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	5	35,7			10	40	1	12,5
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	5	35,7	2	33,3	9	36	3	37,5
w ogóle nie czyta	3	21,4					2	25

TABELA 52 – BIERUŃ, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ A CZYTELNICTWEM „RODNI”

czy respondent czyta "Rodnię"	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Bieruniu									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	4	100	3	18,8	5	26,3			1	8,3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			4	25	8	42,1	1	50	3	25
czyta sporadycznie - kilka razy w roku			7	43,8	5	26,3	1	50	6	50
w ogóle nie czyta			2	12,5	1	5,3			2	16,7

TABELA 53 – BIERUŃ, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIASTEM A CZYTELNICTWEM „RODNI”

czy respondent czyta "Rodnię"	w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem							
	prawie wcale		Średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer			2	14,3	5	27,8	6	33,3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	2	66,7	4	28,6	6	33,3	4	22,2
czyta sporadycznie - kilka razy w roku			7	50	5	27,8	7	38,9
w ogóle nie czyta	1	33,3	1	7,1	2	11,1	1	5,6

TABELA 54 – ORNONTOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W GMINIE A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIEJSCOWOŚCIĄ

w jakim stopniu respondent czuje się związany z Ornontowicami	od kiedy respondent mieszka w Ornontowicach							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale							1	14,3
prawie wcale							5	71,4
średnio	1	1,4			5	62,5	1	14,3
mocno	11	15,5	10	71,4	1	12,5		
bardzo mocno	59	83,1	4	28,6	2	25		

TABELA 55 – ORNONTOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W GMINIE A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym Ornontowic	od kiedy respondent mieszka w Ornontowicach							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale							1	14,3
prawie wcale							4	57,1
średnio	7	9,9	2	14,3	4	50	1	14,3
mocno	30	42,3	11	78,6	3	37,5	1	14,3
bardzo mocno	34	47,9	1	7,1	1	12,5		

TABELA 56 – ORNONTOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIEJSCOWOŚCIĄ A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z Ornontowicami	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym Ornontowic									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale			1	25						
prawie wcale	1	100	3	75			1	2,2		
średnio					6	42,9	1	2,2		
mocno					3	21,4	18	40	1	2,8
bardzo mocno					5	35,7	25	55,6	35	97,2

TABELA 57 – ORNONTOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM RESPONDENTÓW A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

Najważniejsze źródło informacji lokalnej	Wiek																							
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat	
	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%
brak odpowiedzi							2	25	3	30	4	36,4	3	30			4	30,8						
rozmowy z innymi ludźmi	1	14,3																						
prasa lokalna	1	14,3	1	16,7	5	45,5	4	50	4	40	5	45,5	4	40	4	50	8	61,5	5	83,3	5	100	5	100
prasa regionalna					1	9,1					1	9,1			1	12,5								
ogłoszenia i afisze	3	42,9	1	16,7																				
internet	2	28,6	4	66,7	5	45,5	1	12,5	1	10	1	9,1	2	20	3	37,5	1	7,7						
radio									2	20														
zebrania lokalne z mieszkańcami							1	12,5					1	10					1	16,7				

TABELA 58 – ORNONTOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UCZESTNICTWA W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH A POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Ornontowicach							
	Popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
zawsze	22	64,7	17	37,8			1	6,3
prawie zawsze	12	35,3	26	57,8	4	80		
rzadko			2	4,4	1	20	3	18,8
prawie nigdy							1	6,3
nigdy							11	68,8

TABELA 59 – ORNONTOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ A CZYTELNICTWEM „GŁOSU ORNONTOWIC”

czy respondent czyta "Głos Ornontowic"	Płeć			
	Mężczyzna		Kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	27	55,1	33	64,7
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	15	30,6	13	25,5
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	6	12,2	4	7,8
w ogóle nie czyta	1	2	1	2

TABELA 60 – ORNONTOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM „GŁOSU ORNONTOWIC”

czy respondent czyta "Głos Ornontowic"	Wiek																							
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat	
	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	2	28,6	2	33,3	6	54,5	5	62,5	5	50	7	63,6	6	60	7	87,5	9	69,2	4	66,7	5	100	2	40
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	1	14,3	2	33,3	5	45,5	2	25	5	50	3	27,3	3	30			2	15,4	2	33,3			3	60
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	2	28,6	2	33,3			1	12,5			1	9,1	1	10	1	12,5	2	15,4						
w ogóle nie czyta	2	28,6																						

TABELA 61 – ORNONTOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM „GŁOSU ORNONTOWIC”

czy respondent czyta "Głos Ornontowic"	Wykształcenie							
	Podstawowe		zasadnicze zawodowe		średnie		Wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	14	53,8	22	61,1	19	61,3	5	71,4
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	4	15,4	10	27,8	12	38,7	2	28,6
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	6	23,1	4	11,1				
w ogóle nie czyta	2	7,7						

TABELA 62 – ORNONTOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ A CZYTELNICTWEM „GŁOSU ORNONTOWIC”

czy respondent czyta "Głos Ornontowic"	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Ornontowicach							
	Popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	26	76,5	29	64,4	1	20	4	25
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	7	20,6	14	31,1	3	60	4	25
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	1	2,9	2	4,4	1	20	6	37,5
w ogóle nie czyta							2	12,5

TABELA 63 – ORNONTOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIEJSCOWOŚCIĄ A CZYTELNICTWEM „GŁOSU ORNONTOWIC”

czy respondent czyta "Głos Ornontowic"	w jakim stopniu respondent czuje się związany z Ornontowicami									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer					1	14,3	12	54,5	47	72,3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			1	20	4	57,1	8	36,4	15	23,1
czyta sporadycznie - kilka razy w roku			3	60	2	28,6	2	9,1	3	4,6
w ogóle nie czyta	1	100	1	20						

TABELA 64 – ORNONTOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W GMINIE A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIEJSCOWOŚCIĄ

w jakim stopniu respondent czuje się związany z Ornontowicami	od kiedy respondent mieszka w Ornontowicach					
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
prawie wcale	2	6,7	2	28,6		
średnio	4	13,3			1	50
mocno	5	16,7	1	14,3	1	50
bardzo mocno	19	63,3	4	57,1		

TABELA 65 – ORNONTOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W GMINIE A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym Ornontowic	od kiedy respondent mieszka w Ornontowicach					
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale			1	14,3		
prawie wcale	2	6,7				
średnio	10	33,3	3	42,9	2	100
mocno	10	33,3	3	42,9		
bardzo mocno	8	26,7				

TABELA 66 – ORNONTOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PO CZUCIEM ZWIĄZKU Z GMINĄ A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z Ornontowicami	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym Ornontowic									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
prawie wcale	1	100	2	100	1	6,7				
średnio					5	33,3				
mocno					2	13,3	5	38,5		
bardzo mocno					7	46,7	8	61,5	8	100

TABELA 67 – ORNONTOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM RESPONDENTÓW A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

[illegible]

TABELA 68 – ORNONTOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UDZIAŁU W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH A POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Ornontowicach									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
zawsze	3	60	12	66,7	1	11,1	1	100	1	16,7
prawie zawsze					2	22,2			2	33,3
rzadko			2	11,1						
prawie nigdy			1	5,6	2	22,2			1	16,7
nigdy	2	40	3	16,7	4	44,4			2	33,3

TABELA 69 – ORNONTOWICE, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ A CZYTELNICTWEM „GŁOSU ORNONTOWIC”

czy respondent czyta "Głos Ornontowic"	Płeć			
	Mężczyzna		Kobieta	
	Ilość		Ilość	
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	9	39,1	9	56,3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	5	21,7	3	18,8
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	5	21,7	3	18,8
w ogóle nie czyta	4	17,4	1	6,3

TABELA 70 – ORNONTOWICE, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM „GŁOSU ORNONTOWIC”

czy respondent czyta "Głos Ornontowic"	Wiek													
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		40-44 lata		50-59 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	2	100	5	35,7	2	22,2	6	66,7	1	33,3	1	100	1	100
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			2	14,3	3	33,3	1	11,1	2	66,7				
czyta sporadycznie - kilka razy w roku			4	28,6	2	22,2	2	22,2						
w ogóle nie czyta			3	21,4	2	22,2								

TABELA 71 – ORNONTOWICE, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM „GŁOSU ORNONTOWIC”

czy respondent czyta "Głos Ornontowic"	Wykształcenie							
	podstawowe		zasadnicze zawodowe		średnie		Wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	6	75			5	27,8	7	63,6
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	1	12,5			5	27,8	2	18,2
czyta sporadycznie - kilka razy w roku					6	33,3	2	18,2
w ogóle nie czyta	1	12,5	2	100	2	11,1		

TABELA 72 – ORNONTOWICE, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH A CZYTELNICTWEM „GŁOSU ORNONTOWIC”

czy respondent czyta "Głos Ornontowic"	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Ornontowicach									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	3	60	11	61,1	2	22,2	1	100	1	16,7
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			4	22,2	4	44,4				
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	1	20	3	16,7	3	33,3			1	16,7
w ogóle nie czyta	1	20							4	66,7

TABELA 73 – ORNONTOWICE, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z GMINĄ A CZYTELNICTWEM „GŁOSU ORNONTOWIC”

czy respondent czyta "Głos Ornontowic"	w jakim stopniu respondent czuje się związany z Ornontowicami							
	prawie wcale		Średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer					4	57,1	14	60,9
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			2	40	1	14,3	5	21,7
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	2	50	2	40	2	28,6	2	8,7
w ogóle nie czyta	2	50	1	20			2	8,7

TABELA 74 – PAWŁOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W GMINIE A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIEJSCOWOŚCIĄ

w jakim stopniu respondent czuje się związany z Gminą Pawłowice	od kiedy respondent mieszka w Gminie Pawłowice							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale							2	66,7
prawie wcale	4	9,3	3	6,3	1	16,7		
średnio	13	30,2	18	37,5	3	50		
mocno	14	32,6	16	33,3	2	33,3	1	33,3
bardzo mocno	12	27,9	11	22,9				

TABELA 75 – PAWŁOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W GMINIE A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym Pawłowic	od kiedy respondent mieszka w Gminie Pawłowice							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	2	4,7	1	2,1			1	33,3
prawie wcale	11	25,6	8	16,7	1	16,7	1	33,3
średnio	18	41,9	21	43,8	4	66,7	1	33,3
mocno	9	20,9	12	25	1	16,7		
bardzo mocno	3	7	6	12,5				

TABELA 76 – PAWŁOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z GMINĄ A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z Gminą Pawłowice	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym Pawłowic									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	1	25	1	4,8						
prawie wcale	1	25	5	23,8	2	4,5				
średnio	1	25	6	28,6	25	56,8	2	9,1		
mocno	1	25	7	33,3	11	25	12	54,5	2	22,2
bardzo mocno			2	9,5	6	13,6	8	36,4	7	77,8

TABELA 77 – PAWŁOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM RESPONDENTÓW W PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

Najważniejsze źródło informacji lokalnej	Wiek															
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
brak odpowiedzi	2	25	3	33,3	2	14,3	1	12,5	2	25	2	22,2	5	35,7	2	25
rozmowy z innymi ludźmi	4	50	3	33,3	2	14,3	2	25	2	25	4	44,4	6	42,9	2	25
prasa lokalna	1	12,5	1	11,1	7	50	2	25	1	12,5	3	33,3	1	7,1	2	25
kazania i ogłoszenia parafialne					1	7,1										
telewizja regionalna															2	25
ogłoszenia i afisze			1	11,1			2	25	1	12,5					3	33,3
internet	1	12,5	1	11,1	2	14,3	1	12,5	1	12,5			1	7,1	1	11,1
radio																
zebrania lokalne z mieszkańcami									1	12,5			1	7,1		

TABELA 78 – PAWŁOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UCZESTNICTWA W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH A POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	czy respondent popiera działalność władz lokalnych Pawłowic									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
zawsze	4	33,3	8	19,5	4	28,6			7	21,9
prawie zawsze	3	25	9	22	2	14,3	1	100	3	9,4
rzadko	2	16,7	10	24,4	5	35,7			3	9,4
prawie nigdy	1	8,3	3	7,3	1	7,1			3	9,4
nigdy	2	16,7	11	26,8	2	14,3			16	50

TABELA 79 – PAWŁOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ A CZYTELNICTWEM „RACJI GMINNYCH”

czy respondent czyta "Racje Gminne"	Płeć			
	Mężczyzna		Kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	12	24,5	12	23,5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	14	28,6	12	23,5
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	8	16,3	10	19,6
w ogóle nie czyta	15	30,6	17	33,3

TABELA 80 – PAWŁOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM „RACJI GMINNYCH”

czy respondent czyta "Racje Gminne"	Wiek																									
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat		80-89 lat	
	I		I		I		I		I		I		I		I				I		I		II		II	
	o	%	o	%	o	%	o	%	o	%	o	%	o	%	o	%	Ilo	%	o	%	o	%	o	%	o	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	1	12,5	3	33,3	5	35,7	1	12,5	3	37,5	3	33,3	5	35,7	1	12,5	1	11,1	1	33,3						
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	2	25	4	44,4	5	35,7	2	25	1	12,5	2	22,2	5	35,7	2	25	2	22,2			1	25				
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	1	12,5			2	14,3	3	37,5	2	25	1	11,1			4	50	2	22,2					3	60		
w ogóle nie czyta	4	50	2	22,2	2	14,3	2	25	2	25	3	33,3	4	28,6	1	12,5	4	44,4	2	66,7	3	75	2	40	1	100

TABELA 81 – PAWŁOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM „RACJI GMINNYCH”

czy respondent czyta "Racje Gminne"	Wykształcenie							
	Podstawowe		zasadnicze zawodowe		średnie		Wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	4	14,8	9	26,5	9	28,1	2	28,6
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	7	25,9	5	14,7	10	31,3	4	57,1
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	5	18,5	6	17,6	6	18,8	1	14,3
w ogóle nie czyta	11	40,7	14	41,2	7	21,9		

TABELA 82 – PAWŁOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ A CZYTELNICTWEM „RACJI GMINNYCH”

czy respondent czyta "Racje Gminne"	czy respondent popiera działalność władz lokalnych Pawłowic									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	5	41,7	13	31,7	2	14,3			4	12,5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	6	50	15	36,6	1	7,1	1	100	3	9,4
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	1	8,3	5	12,2	6	42,9			6	18,8
w ogóle nie czyta			8	19,5	5	35,7			19	59,4

TABELA 83 – PAWŁOWICE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z GMINĄ A CZYTELNICTWEM „RACJI GMINNYCH”

czy respondent czyta "Racje Gminne"	w jakim stopniu respondent czuje się związany z Gminą Pawłowice									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer					7	20,6	7	21,2	10	43,5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			3	37,5	11	32,4	7	21,2	5	21,7
czyta sporadycznie - kilka razy w roku			1	12,5	4	11,8	9	27,3	4	17,4
w ogóle nie czyta	2	100	4	50	12	35,3	10	30,3	4	17,4

TABELA 84 – PAWŁOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W GMINIE A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIEJSCOWOŚCIĄ

w jakim stopniu respondent czuje się związany z Gminą Pawłowice	od kiedy respondent mieszka w Gminie Pawłowice					
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
prawie wcale	2	4	1	5,3		
średnio	12	24	4	21,1	3	37,5
mocno	18	36	6	31,6	1	12,5
bardzo mocno	18	36	8	42,1	4	50

TABELA 85 – PAWŁOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W GMINIE A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym Pawłowic	od kiedy respondent mieszka w Gminie Pawłowice					
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	1	2				
prawie wcale	8	16	1	5,3	1	12,5
średnio	22	44	5	26,3	4	50
mocno	16	32	8	42,1	1	12,5
bardzo mocno	3	6	5	26,3	2	25

TABELA 86 – PAWŁOWICE, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z GMINĄ A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z Gminą Pawłowice	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym Pawłowic									
	wcale		prawie wcale		Średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
prawie wcale			2	20			1	4		
średnio	1	100	3	30	11	35,5	2	8	2	20
mocno			4	40	10	32,3	10	40	1	10
bardzo mocno			1	10	10	32,3	12	48	7	70

TABELA 87 – PAWŁOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

Najważniejsze źródło informacji lokalnej	Wiek													
	15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
brak odpowiedzi	1	4,3	1	3,3	1	5,9	1	33,3	1	50				
rozmowy z innymi ludźmi	10	43,5	11	36,7	5	29,4							1	100
prasa lokalna	6	26,1	10	33,3	3	17,6	1	33,3						
kazania i ogłoszenia parafialne	1	4,3												
telewizja regionalna					1	5,9								
ogłoszenia i afisze	2	8,7	2	6,7	1	5,9								
internet	2	8,7	6	20	5	29,4					1	100		
radio	1	4,3			1	5,9								
zebrania lokalne z mieszkańcami							1	33,3	1	50				

TABELA 88 – PAWŁOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UCZESTNICTWA W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH A POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	czy respondent popiera działalność władz lokalnych Pawłowic									
	Popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
zawsze	9	47,4	13	35,1	6	54,5	1	50		
prawie zawsze	3	15,8	10	27	3	27,3			1	12,5
rzadko	1	5,3	5	13,5					1	12,5
prawie nigdy	1	5,3	2	5,4	1	9,1			2	25
nigdy	5	26,3	7	18,9	1	9,1	1	50	4	50

TABELA 89 – PAWŁOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ A CZYTELNICTWEM „RACJI GMINNYCH”

czy respondent czyta "Racje Gminne"	Płeć			
	Mężczyzna		Kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	17	44,7	11	28,2
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	11	28,9	13	33,3
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	9	23,7	13	33,3
w ogóle nie czyta	1	2,6	2	5,1

TABELA 90 – PAWŁOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM „RACJI GMINNYCH”

czy respondent czyta "Racje Gminne"	Wiek													
	15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	8	34,8	13	43,3	4	23,5	2	66,7			1	100		
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	5	21,7	9	30	6	35,3	1	33,3	2	100			1	100
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	9	39,1	8	26,7	5	29,4								
w ogóle nie czyta	1	4,3			2	11,8								

TABELA 91 – PAWŁOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM „RACJI GMINNYCH”

czy respondent czyta "Racje Gminne"	Wykształcenie							
	podstawowe		zasadnicze zawodowe		średnie		Wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	6	46,2	2	100	10	27,8	10	38,5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	2	15,4			12	33,3	10	38,5
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	4	30,8			13	36,1	5	19,2
w ogóle nie czyta	1	7,7			1	2,8	1	3,8

TABELA 92 – PAWŁOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ A CZYTELNICTWEM „RACJI GMINNYCH”

czy respondent czyta "Racje Gminne"	czy respondent popiera działalność władz lokalnych Pawłowic									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	11	57,9	11	29,7	4	36,4	1	50	1	12,5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	4	21,1	17	45,9	2	18,2			1	12,5
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	4	21,1	8	21,6	5	45,5	1	50	4	50
w ogóle nie czyta			1	2,7					2	25

TABELA 93 – PAWŁOWICE, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z GMINĄ A CZYTELNICTWEM „RACJI GMINNYCH”

czy respondent czyta "Racje Gminne"	w jakim stopniu respondent czuje się związany z Gminą Pawłowice							
	prawie wcale		Średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer			6	31,6	8	32	14	46,7
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	1	33,3	7	36,8	7	28	9	30
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	2	66,7	4	21,1	9	36	7	23,3
w ogóle nie czyta			2	10,5	1	4		

TABELA 94 – SOSNOWIEC, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z NIM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	od kiedy respondent mieszka w Sosnowcu							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	2	3,6	1	2,8				
prawie wcale	7	12,5	1	2,8	3	42,9		
średnio	6	10,7	14	38,9	2	28,6	1	100
mocno	8	14,3	13	36,1	2	28,6		
bardzo mocno	33	58,9	7	19,4				

TABELA 95 – SOSNOWIEC, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta	od kiedy respondent mieszka w Sosnowcu							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	12	21,4	3	8,3	2	28,6		
prawie wcale	3	5,4	7	19,4			1	100
średnio	18	32,1	9	25	2	28,6		
mocno	18	32,1	13	36,1	3	42,9		
bardzo mocno	5	8,9	4	11,1				

TABELA 96 – SOSNOWIEC, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIASTEM A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta									
	Wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	3	17,6								
prawie wcale	2	11,8	2	18,2	6	20,7			1	11,1
średnio	1	5,9	7	63,6	9	31	6	17,6		
mocno	2	11,8	2	18,2	5	17,2	13	38,2	1	11,1
bardzo mocno	9	52,9			9	31	15	44,1	7	77,8

TABELA 97 – SOSNOWIEC, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

Najważniejsze źródła informacji lokalnej	Wiek																									
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat		80-89 lat	
	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%	II o ś ć	%
brak odpowiedzi			3	50	5	41,7	3	33,3	1	14,3			1	11,1	1	9,1	1	6,3	1	16,7						
rozmowy z innymi ludźmi	2	50	2	33,3	1	8,3			1	14,3	2	33,3	2	22,2	3	27,3	2	12,5	1	16,7	1	20	3	42,9	1	50
prasa lokalna	1	25			3	25							1	11,1			1	6,3	1	16,7						
prasa regionalna			1	16,7	1	8,3	1	11,1			1	16,7	3	33,3	2	18,2	2	12,5			2	40	1	14,3		
kazania i ogłoszenia parafialne															1	9,1	2	12,5	1	16,7	1	20	2	28,6	1	50
telewizja regionalna					1	8,3	1	11,1	2	28,6					2	18,2	5	31,3	1	16,7	1	20	1	14,3		
ogłoszenia i afisze							1	11,1	2	28,6	1	16,7			1	9,1	1	6,3								
Internet	1	25					2	22,2	1	14,3	2	33,3	2	22,2	1	9,1	1	6,3	1	16,7						
Radio					1	8,3	1	11,1									1	6,3								

TABELA 98 – SOSNOWIEC, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UDZIAŁU W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH A POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Sosnowcu									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
zawsze	7	58,3	15	44,1	11	42,3			8	34,8
prawie zawsze	3	25	10	29,4	10	38,5			2	8,7
rzadko			4	11,8	4	15,4	1	20	3	13
prawie nigdy			1	2,9			1	20	4	17,4
Nigdy	2	16,7	4	11,8	1	3,8	3	60	6	26,1

TABELA 99 – SOSNOWIEC, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ A CZYTELNICTWEM „KURIERA MIEJSKIEGO”

czy respondent czyta "Kurier Miejski"	Płeć			
	Mężczyzna		Kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	1	2,1	2	3,8
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	2	4,3	9	17,0
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	21	44,7	19	35,8
w ogóle nie czyta	23	48,9	23	43,4

TABELA 100 – SOSNOWIEC, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM „KURIERA MIEJSKIEGO”

czy respondent czyta "Kurier Miejski"	Wiek																									
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat		80-89 lat	
	I	o	I	o	I	o	I	o	I	o	I	o	I	o	I	o	I	o	I	o	I	o	I	o	I	o
	ś	ć	ś	ć	ś	ć	ś	ć	ś	ć	ś	ć	ś	ć	ś	ć	ś	ć	ś	ć	ś	ć	ś	ć	ś	ć
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer																	2	33,3	1	20						
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	1	25			1	8,3			1	14,3			2	22,2	3	27,3	1	6,3			1	20	1	14,3		
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	1	25	3	50	8	66,7	6	66,7	3	42,9			5	55,6	3	27,3	5	31,3	2	33,3	1	20	3	42,9		
w ogóle nie czyta	2	50	3	50	3	25	3	33,3	3	42,9	6	100	2	22,2	5	45,5	10	62,5	2	33,3	2	40	3	42,9	2	100

TABELA 101 – SOSNOWIEC, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM „KURIERA MIEJSKIEGO”

czy respondent czyta "Kurier Miejski"	Wykształcenie							
	podstawowe		zasadnicze zawodowe		średnie		Wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer					3	7,7		
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	3	12,5	2	7,7	4	10,3	2	18,2
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	6	25,0	10	38,5	18	46,2	6	54,5
w ogóle nie czyta	15	62,5	14	53,8	14	35,9	3	27,3

TABELA 102 – SOSNOWIEC, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ A CZYTELNICTWEM „KURIERA MIEJSKIEGO”

czy respondent czyta "Kurier Miejski"	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Sosnowcu									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	3	25								
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	2	16,7	4	11,8	4	15,4			1	4,3
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	2	16,7	19	55,9	11	42,3	3	60	5	21,7
w ogóle nie czyta	5	41,7	11	32,4	11	42,3	2	40	17	73,9

TABELA 103 – SOSNOWIEC, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIASTEM A CZYTELNICTWEM „KURIERA MIEJSKIEGO”

czy respondent czyta "Kurier Miejski"	w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem									
	wcale		prawie wcale		Średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer							1	4,3	2	5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			2	18,2	3	13	2	8,7	4	10
czyta sporadycznie - kilka razy w roku			6	54,5	12	52,2	12	52,2	10	25
w ogóle nie czyta	3	100	3	27,3	8	34,8	8	34,8	24	60

TABELA 104 – SOSNOWIEC, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z NIM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	od kiedy respondent mieszka w Sosnowcu							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	2	1	3	12	1	9,1	1	50
prawie wcale	6	2,9	2	8	2	18,2	1	50
średnio	23	11,2	6	24	1	9,1		
mocno	60	29,3	4	16	2	18,2		
bardzo mocno	114	55,6	10	40	5	45,5		

TABELA 105 – SOSNOWIEC, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY DŁUGOŚCIĄ ZAMIESZKANIA W MIEŚCIE A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta	od kiedy respondent mieszka w Sosnowcu							
	od urodzenia		od 20 lat i dłużej		od 10 lat		od roku	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	2	1	2	8	2	18,2		
prawie wcale	28	13,7	2	8			2	100
średnio	72	35,1	10	40	5	45,5		
mocno	69	33,7	10	40	1	9,1		
bardzo mocno	34	16,6	1	4	3	27,3		

Tabela 106 – Sosnowiec, badania internetowe, zależność pomiędzy poczuciem związku z miastem a zainteresowaniem życiem lokalnym

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	3	50	2	6,3	1	1,1	1	1,3		
prawie wcale	1	16,7	5	15,6	2	2,3	1	1,3	2	5,3
średnio			8	25	15	17,2	7	8,8		
mocno	1	16,7	13	40,6	24	27,6	22	27,5	6	15,8
bardzo mocno	1	16,7	4	12,5	45	51,7	49	61,3	30	78,9

TABELA 107 – SOSNOWIEC, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM RESPONDENTÓW A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

źródła informacji lokalnej - najważniejsze	Wiek																			
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
brak odpowiedzi	2	15,4	3	6,5	4	6,3	3	6,4	1	3,2	3	18,8	1	12,5			1	7,7		
rozmowy z innymi ludźmi	5	38,5	11	23,9	14	22,2	10	21,3	5	16,1	1	6,3	1	12,5	1	20	2	15,4		
prasa lokalna	1	7,7	1	2,2	2	3,2	4	8,5	1	3,2	2	12,5			1	20	4	30,8		
prasa regionalna	3	23,1	2	4,3	3	4,8							1	12,5	1	20	1	7,7		
kazania i ogłoszenia parafialne			1	2,2	1	1,6	1	2,1												
telewizja regionalna			4	8,7	2	3,2	3	6,4	5	16,1			1	12,5			1	7,7		
ogłoszenia i afisze			1	2,2	1	1,6	4	8,5	1	3,2										
internet	2	15,4	19	41,3	31	49,2	21	44,7	15	48,4	9	56,3	3	37,5	2	40	4	30,8	1	100
radio			4	8,7	5	7,9	1	2,1	3	9,7	1	6,3	1	12,5						

TABELA 108 – SOSNOWIEC, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UDZIAŁU W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH A POPARCIEM DLA LOKALNYCH WŁADZ

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Sosnowcu									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
zawsze	10	52,6	25	39,1	33	46,5	3	23,1	19	25
prawie zawsze	1	5,3	15	23,4	12	16,9	5	38,5	11	14,5
rzadko			6	9,4	11	15,5			11	14,5
prawie nigdy	1	5,3			4	5,6	1	7,7	5	6,6
nigdy	7	36,8	18	28,1	11	15,5	4	30,8	30	39,5

TABELA 109 – SOSNOWIEC, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ A CZYTELNICTWEM „KURIERA MIEJSKIEGO”

czy respondent czyta "Kurier Miejski"	Płeć			
	Mężczyzna		Kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	7	6,9	11	7,8
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	24	23,5	20	14,2
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	30	29,4	55	39
w ogóle nie czyta	41	40,2	55	39

TABELA 110 – SOSNOWIEC, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM „KURIERA MIEJSKIEGO”

czy respondent czyta "Kurier Miejski"	Wiek																			
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata	
	Ilość ć	%	Ilość ć	%	Ilość ć	%	Ilość ć	%	Ilość ć	%	Ilość ć	%	Ilość ć	%	Ilość ć	%	Ilość ć	%	Ilość ć	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	1	7,7	1	2,2	3	4,8	4	8,5	4	12,9	2	12,5			1	20	2	15,4		
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	2	15,4	5	10,9	13	20,6	8	17	2	6,5	2	12,5	3	37,5	4	80	5	38,5		
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	4	30,8	19	41,3	21	33,3	18	38,3	9	29	7	43,8	2	25			4	30,8	1	100
w ogóle nie czyta	6	46,2	21	45,7	26	41,3	17	36,2	16	51,6	5	31,3	3	37,5			2	15,4		

TABELA 111 – SOSNOWIEC, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM „KURIERA MIEJSKIEGO”

czy respondent czyta "Kurier Miejski"	Wykształcenie							
	Podstawowe		zasadnicze zawodowe		Średnie		wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	1	2,3			7	7,3	10	10,9
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	9	20,9	3	25	16	16,7	16	17,4
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	15	34,9	3	25	34	35,4	33	35,9
w ogóle nie czyta	18	41,9	6	50	39	40,6	33	35,9

TABELA 112 – SOSNOWIEC, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH A CZYTELNICTWEM „KURIERA MIEJSKIEGO”

czy respondent czyta "Kurier Miejski"	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Sosnowcu									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	5	26,3	6	9,4	6	8,5			1	1,3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	4	21,1	12	18,8	15	21,1	2	15,4	11	14,5
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	4	21,1	26	40,6	28	39,4	6	46,2	21	27,6
w ogóle nie czyta	6	31,6	20	31,3	22	31	5	38,5	43	56,6

TABELA 113 – SOSNOWIEC, BADANIA INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIASTEM A CZYTELNICTWEM „KURIERA MIEJSKIEGO”

czy respondent czyta "Kurier Miejski"	w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	1	14,3			1	3,3	4	6,1	12	9,3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			1	9,1	2	6,7	13	19,7	28	21,7
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	2	28,6	6	54,5	12	40	21	31,8	44	34,1
w ogóle nie czyta	4	57,1	4	36,4	15	50	28	42,4	45	34,9

TABELA 114 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z NIM

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miejscowością	Miasto									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	3	3	11	10,7	1	1	2	2	3	3
prawie wcale	3	3	15	14,6	5	5	8	8	11	11
średnio	12	12	27	26,2	7	7	34	34	23	23
mocno	27	27	28	27,2	22	22	33	33	23	23
bardzo mocno	55	55	22	21,4	65	65	23	23	40	40

TABELA 115 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta	Miasto									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	6	6	13	12,6	1	1	4	4	17	17
prawie wcale	12	12	26	25,2	4	4	21	21	11	11
średnio	36	36	31	30,1	14	14	44	44	29	29
mocno	23	23	24	23,3	45	45	22	22	34	34
bardzo mocno	23	23	9	8,7	36	36	9	9	9	9

TABELA 116 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A POCZUCIEM POINFORMOWANIA O WYDARZENIACH LOKALNYCH

w jakim stopniu respondent czuje się poinformowany na temat życia lokalnego miasta	Miasto									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	6	6	12	11,7			8	8	16	16
prawie wcale	19	19	25	24,3	6	6	25	25	30	30
średnio	33	33	37	35,9	17	17	39	39	39	39
mocno	27	27	25	24,3	54	54	22	22	13	13
bardzo mocno	15	15	4	3,9	23	23	6	6	2	2

TABELA 117 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

Najważniejsze źródło informacji lokalnej	Miasto									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
brak odpowiedzi	16	16	17	16,5	16	16	20	20	16	16
rozmowy z innymi ludźmi	19	19	35	34	1	1	32	32	21	21
prasa lokalna	21	21	17	16,5	51	51	21	21	7	7
prasa regionalna	4	4	3	2,9	3	3			14	14
kazania i ogłoszenia parafialne	2	2	11	10,7			1	1	8	8
telewizja regionalna	12	12	1	1			7	7	14	14
ogłoszenia i afisze	3	3	5	4,9	4	4	8	8	6	6
internet	9	9	9	8,7	20	20	8	8	11	11
radio	14	14	5	4,9	2	2	1	1	3	3
zebrania lokalne z mieszkańcami					3	3	2	2		

TABELA 118 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM RESPONDENTÓW A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

najważniejsze źródła informacji lokalnej	Wiek																									
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat		80-89 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
brak odpowiedzi	2	6,7	7	20	9	14,3	9	20,5	8	19,5	13	30,2	12	22,2	6	12,8	10	15,6	4	17,4	2	8,3	2	7,1	1	14,3
rozmowy z innymi ludźmi	11	36,7	12	34,3	10	15,9	6	13,6	5	12,2	8	18,6	14	25,9	11	23,4	9	14,1	2	8,7	8	33,3	9	32,1	3	42,9
prasa lokalna	3	10	6	17,1	21	33,3	8	18,2	8	19,5	11	25,6	9	16,7	11	23,4	18	28,1	8	34,8	6	25	8	28,6		
prasa regionalna			1	2,9	7	11,1	1	2,3	1	2,4	2	4,7	3	5,6	3	6,4	2	3,1			2	8,3	2	7,1		
kazania i ogłoszenia parafialne	2	6,7			4	6,3	2	4,5			1	2,3	2	3,7	1	2,1	3	4,7	2	8,7	1	4,2	2	7,1	2	28,6
telewizja regionalna	1	3,3			2	3,2	3	6,8	2	4,9	1	2,3	3	5,6	5	10,6	8	12,5	1	4,3	3	12,5	4	14,3	1	14,3
ogłoszenia i afisze	3	10	2	5,7			6	13,6	4	9,8	1	2,3	1	1,9	3	6,4	5	7,8			1	4,2				
internet	7	23,3	7	20	8	12,7	5	11,4	8	19,5	5	11,6	8	14,8	4	8,5	4	6,3	1	4,3						
radio	1	3,3			2	3,2	3	6,8	4	9,8	1	2,3			3	6,4	5	7,8	4	17,4	1	4,2	1	3,6		
zebrania lokalne z mieszkańcami							1	2,3	1	2,4			2	3,7					1	4,3						

TABELA 119 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A ZAINTERESOWANIEM DZIAŁALNOŚCIĄ WŁADZ LOKALNYCH

w jakim stopniu respondent interesuje się działalnością władz lokalnych	Miasto									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	33	33	18	17,5	2	2	17	17	22	22
prawie wcale	24	24	30	29,1	10	10	30	30	28	28
średnio	27	27	33	32	27	27	30	30	31	31
mocno	10	10	16	15,5	42	42	19	19	14	14
bardzo mocno	6	6	6	5,8	19	19	4	4	5	5

TABELA 120 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A POCZUCIEM POINFORMOWANIA NA TEMAT DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH

w jakim stopniu respondent czuje się poinformowany na temat działalności lokalnych władz	Miasto									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	30	30	25	24,3	2	2	21	21	22	22
prawie wcale	22	22	34	33	10	10	34	34	40	40
średnio	33	33	25	24,3	29	29	25	25	31	31
mocno	13	13	17	16,5	47	47	16	16	7	7
bardzo mocno	2	2	2	1,9	12	12	4	4		

TABELA 121 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A ZNAJOMOŚCIĄ NAZWISK NAJWAŻNIEJSZYCH OSÓB W MIEJSCOWOŚCI

Znajomość nazwisk najważniejszych osób w miejscowości *	Miasto																			
	Bielsko-Biała				Bieruń				Ornontowice				Pawłowice				Sosnowiec			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
nie zna	20	85	54	91	35,9	77,7	43,7	81,6	11	47	19	90	30	65	24	74	20	87	65	96
Zna	80	15	46	9	64,1	22,3	56,3	18,4	89	53	81	10	70	35	76	26	80	13	35	4

* 1 – prezydenta/wójta/burmistrza; 2 – przewodniczącego RM/RG; 3 – księdza proboszcza; 4 – kierownika Domu Kultury

TABELA 122 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UDZIAŁU W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	Miasto									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
zawsze	43	43	33	32	40	40	23	23	41	41
prawie zawsze	17	17	18	17,5	42	42	18	18	25	25
rzadko	12	12	25	24,3	6	6	20	20	12	12
prawie nigdy	7	7	8	7,8	1	1	8	8	6	6
nigdy	21	21	19	18,4	11	11	31	31	16	16

TABELA 123 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH

najważniejsze źródła informacji na temat działalności lokalnych władz	Miasto									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
brak odpowiedzi	34	34	15	14,6	28	28	28	28	16	16
rozmowy z innymi ludźmi	21	21	40	38,8	3	3	28	28	23	23
prasa lokalna	16	16	17	16,5	29	29	22	22	17	17
prasa regionalna	2	2	2	1,9	1	1			6	6
kazania i ogłoszenia parafialne			9	8,7					5	5
telewizja regionalna	8	8					3	3	18	18
ogłoszenia i afisze	4	4	4	3,9	1	1	11	11	6	6
internet	4	4	8	7,8	20	20	6	6	8	8
radio	11	11	2	1,9					1	1
zebrania lokalne z mieszkańcami			6	5,8	18	18	2	2		

TABELA 124 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH

czy respondent popiera działalność władz lokalnych	Miasto									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
popiera	19	19	9	8,7	34	34	12	12	12	12
popiera większość decyzji	23	23	24	23,3	45	45	41	41	34	34
popiera nieliczne decyzje	23	23	28	27,2	5	5	14	14	26	26
nie popiera wcale	8	8	22	21,4			1	1	5	5
nie ma zdania	27	27	20	19,4	16	16	32	32	23	23

TABELA 125 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	8	8	22	21,4	60	60	24	24	3	3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	17	17	25	24,3	28	28	26	26	11	11
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	13	13	32	31,1	10	10	18	18	40	40
w ogóle nie czyta	62	62	24	23,3	2	2	32	32	46	46

TABELA 126 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A DŁUGOŚCIĄ CZYTELNICTWA PISMA SAMORZĄDOWEGO

od kiedy respondent czyta pismo samorządowe	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	62	62	25	24,3	2	2	32	32	48	48
od powstania	12	12	19	18,4	44	44	25	25	4	4
od 5 lat	6	6	12	11,7	25	25	6	6	9	9
od 2 lat	7	7	18	17,5	11	11	6	6	9	9
od roku	1	1	6	5,8	6	6			3	3
nie pamięta	12	12	23	22,3	12	12	31	31	27	27

TABELA 127 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	Płeć			
	Mężczyzna		kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	53	21,5	64	24,9
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	49	19,9	58	22,6
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	59	24	54	21
w ogóle nie czyta	85	34,6	81	31,5

TABELA 128 – PODSUMOWANIE BADANIA ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	Wiek																									
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat		70-79 lat		80-89 lat	
	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%	Ilo ść	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	3	10	6	17,1	13	20,6	8	18,2	12	29,3	13	30,2	14	25,9	9	19,1	18	28,1	7	30,4	8	33,3	5	17,9	1	14, 3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	5	16,7	11	31,4	15	23,8	5	11,4	9	22	8	18,6	15	27,8	10	21,3	11	17,2	6	26,1	5	20,8	6	21,4	1	14, 3
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	7	23,3	7	20	19	30,2	12	27,3	9	22	8	18,6	9	16,7	13	27,7	14	21,9	2	8,7	5	20,8	8	28,6		
w ogóle nie czyta	15	50	11	31,4	16	25,4	19	43,2	11	26,8	14	32,6	16	29,6	15	31,9	21	32,8	8	34,8	6	25	9	32,1	5	71, 4

TABELA 129 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	Wykształcenie							
	podstawowe		zasadnicze zawodowe		Średnie		wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	24	18,5	39	24,5	44	26,7	10	20,4
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	26	20	28	17,6	41	24,8	12	24,5
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	28	21,5	36	22,6	38	23	11	22,4
w ogóle nie czyta	52	40	56	35,2	42	25,5	16	32,7

TABELA 130 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	czy respondent popiera działalność władz lokalnych w Bieruniu									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	42	48,8	52	31,1	9	9,4	4	11,1	10	8,5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	20	23,3	44	26,3	26	27,1	5	13,9	12	10,2
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	9	10,5	36	21,6	29	30,2	9	25	30	25,4
w ogóle nie czyta	15	17,4	35	21	32	33,3	18	50	66	55,9

TABELA 131– PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIEJSCOWOŚCIĄ A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem									
	wcale		prawie wcale		Średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer			1	2,4	13	12,6	29	21,8	74	36,1
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	2	10	9	21,4	27	26,2	28	21,1	41	20
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	4	20	16	38,1	27	26,2	37	27,8	29	14,1
w ogóle nie czyta	14	70	16	38,1	36	35	39	29,3	61	29,8

TABELA 132 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta									
	wcale		prawie wcale		Średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	1	2,4	3	4,1	24	15,6	44	29,7	45	52,3
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	1	2,4	15	20,3	30	19,5	44	29,7	17	19,8
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	7	17,1	24	32,4	40	26	30	20,3	12	14
w ogóle nie czyta	32	78	32	43,2	60	39	30	20,3	12	14

TABELA 133 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM, A POWODEM, DLA JAKIEGO JEST CZYTANE

powody, dla jakich respondent czyta pismo samorządowe	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	62	62	24	23,3	2	2	32	32	46	46
brak odpowiedzi/nie wiem	4	4	34	33	44	44	22	22	14	14
dla uzyskania informacji lokalnych	30	30	25	24,3	48	48	37	37	24	24
z ciekawości			11	10,7	1	1	5	5	2	2
z powodu szaty graficznej			1	1	3	3			1	1
dla rozrywki	1	1	5	4,9	2	2	4	4	1	1
przy okazji - "jak wpadnie w ręce"	3	3	2	1,9					8	8
bo jest darmowy									3	3
"bo jest nasz"			1	1					1	1

TABELA 134 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM RESPONDENTÓW , CZEGO JEST W NIM ZA DUŻO

czego jest za dużo w piśmie samorządowym	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	61	61	24	23,3	3	3	32	32	44	44
brak odpowiedzi/nie wiem	17	17	50	48,5	92	92	54	54	27	27
konkretnych informacji			2	1,9	2	2	1	1	4	4
Sportu	1	1	1	1	1	1			2	2
Reklam			8	7,8	2	2	6	6	10	10
ogłoszeń urzędowych	13	13								
polityki/relacjonowania działalności władz	8	8	15	14,6			6	6	13	13
gospodarki			1	1						
stronniczości			2	1,9			1	1		

TABELA 135 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM RESPONDENTÓW, CZEGO JEST W NIM ZA MAŁO

czego jest za mało w piśmie samorządowym	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	61	61	24	23,3	2	2	32	32	44	44
brak odpowiedzi/nie wiem	14	14	49	47,6	82	82	44	44	28	28
ciekawych materiałów			1	1	8	8	1	1	2	2
rozrywki (krzyżówka, humor, horoskop)			2	1,9	7	7			2	2
Sportu	2	2	9	8,7	1	1	5	5	8	8
konkretnych informacji	4	4	7	6,8			6	6	4	4
materiałów o tematyce religijnej	2	2	1	1			2	2	4	4
materiałów o tematyce zdrowotnej	3	3								
informacji o działalności władz	5	5	2	1,9			3	3	1	1
materiałów o problematyce społecznej	4	4	4	3,9			3	3	2	2
materiałów o tematyce kulturalnej	4	4	4	3,9			1	1	5	5
materiałów o działalności organizacji społecznych	1	1					1	1		
Zdjęć							2	2		

TABELA 136 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM RESPONDENTÓW, CO NALEŻY W NIM ZMIENIĆ

czy należy coś zmienić w piśmie samorządowym	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	61	61	24	23,3	2	2	32	32	44	44
nie/nie mam zdania	19	19	70	68	91	91	59	59	42	42
zwiększyć udział rozrywki (krzyżówki, humor, horoskopu)					2	2	1	1	1	1
zwiększyć objętość	2	2			2	2	1	1		
sprawić, aby pismo było ciekawsze	1	1	1	1	2	2			1	1
zamieszczać więcej informacji	9	9	4	3,9	1	1			4	4
poprawić szatę graficzną	2	2					2	2	1	1
skład redakcji	1	1	2	1,9			2	2	1	1
zamieszczać mniej reklam/ogłoszeń	1	1	2	1,9					2	2
usprawnić kolportaż	1	1					1	1	4	4
zobiektywizować	2	2					2	2		
zwiększyć częstotliwość ukazywania się	1	1								

TABELA 137– PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZAUFANIE DO POSZCZEGÓLNYCH TYTUŁÓW PRASY SAMORZĄDOWEJ

w jakim stopniu respondent ufa informacjom zamieszczanym w piśmie samorządowym	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	62	62	24	23,3	2	2	32	32	46	46
ufa w zupełności	9	9	13	12,6	50	50	24	24	6	6
ufa średnio	25	25	54	52,4	48	48	40	40	42	42
raczej nie ufa	4	4	6	5,8			4	4	4	4
zupełnie nie ufa			6	5,8					2	2

TABELA 138 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM CZYTELNIKÓW, CZY NA SWOICH ŁAMACH KOGOŚ ONO FAWORYZUJE

czy pismo samorządowe na swoich łamach kogoś szczególnie faworyzuje	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	62	62	24	23,3	2	2	32	32	46	46
nie/nie mam zdania	21	21	64	62,1	98	98	60	60	44	44
władze lokalne	17	17	13	12,6			7	7	10	10
lokalnych działaczy społecznych			1	1			1	1		
lokalnych przedstawicieli Kościoła Katolickiego			1	1						

TABELA 139 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM CZYTELNIKÓW, CZY NA SWOICH ŁAMACH KOGOŚ ONO ZWALCZA

czy pismo samorządowe na swoich łamach kogoś zwalcza	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	62	62	24	23,3	2	2	32	32	46	46
nie/nie mam zdania	34	34	76	73,8	98	98	66	66	53	53
opozycję aktualnie rządzących władz	3	3	1	1			2	2	1	1
niezależne opinie	1	1	1	1						
inne tytuły prasowe			1	1						

TABELA 140 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM CZYTELNIKÓW, CZY JEST ONO OD KOGOŚ ZALEŻNE

czy pismo samorządowe jest od kogoś zależne - ktoś wpływa na publikację w piśmie	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	62	62	24	23,3	2	2	32	32	46	46
nie/nie mam zdania	21	21	65	63,1	97	97	60	60	41	41
władze lokalne	16	16	13	12,6	1	1	8	8	13	13
lokalni przedstawiciele Kościoła Katolickiego	1	1	1	1						

TABELA 141 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM CZYTELNIKÓW, JAK PRZEDSTAWIA ONO NA SWOICH ŁAMACH RZECZYWISTOŚĆ

jak pismo samorządowe przedstawia na swoich łamach obraz rzeczywistości	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	62	62	24	23,3	2	2	32	32	46	46
nie mam zdania	7	7	30	29,1	15	15	20	20	17	17
jest całkowicie zgodny ze stanem faktycznym	5	5	12	11,7	37	37	17	17	4	4
prezentuje rzeczywistość bardziej negatywnie, niż ma to miejsce w rzeczywistości			1	1						
idealizuje rzeczywistość ponad stan faktyczny	15	15	9	8,7			7	7	8	8
jest raczej zgodny ze stanem faktycznym	11	11	27	26,2	46	46	24	24	25	25

TABELA 142 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM CZYTELNIKÓW NA JEGO TEMAT

która opinia na temat pisma samorządowego jest według respondenta właściwa	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	62	62	24	23,3	2	2	32	32	46	46
jest potrzebne mieszkańcom	23	23	44	42,7	97	97	49	49	31	31
musiałoby się zmienić, żeby być potrzebne	5	5	8	7,8			8	8	1	1
pismo jest bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom miasta	6	6	8	7,8			4	4	4	4
jest mu obojętne, czy pismo się ukazuje	3	3	15	14,6	1	1	6	6	15	15
szkoda pieniędzy i papieru - pismo jest niepotrzebne	1	1	4	3,9			1	1	3	3

TABELA 143 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIEJSCOWOŚCIĄ

w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem	Miejscowość									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
Wcale	3	1,3							7	2,9
prawie wcale	5	2,2	3	5,7	4	10,3	3	3,9	11	4,5
Średnio	23	10,3	14	26,4	5	12,8	19	24,7	30	12,3
Mocno	67	29,9	18	34	7	17,9	25	32,5	66	27,2
bardzo mocno	126	56,3	18	34	23	59	30	39	129	53,1

TABELA 144 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM

w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta	Miejscowość									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
Wcale	9	4	3	5,7	1	2,6	1	1,3	6	2,5
prawie wcale	30	13,4	10	18,9	2	5,1	10	13	32	13,2
Średnio	62	27,7	18	34	15	38,5	31	40,3	87	35,8
Mocno	89	39,7	12	22,6	13	33,3	25	32,5	80	32,9
bardzo mocno	34	15,2	10	18,9	8	20,5	10	13	38	15,6

TABELA 145 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A POCZUCIEM POINFORMOWANIA O ŻYCIU LOKALNYM

w jakim stopniu respondent czuje się poinformowany na temat życia lokalnego miasta	Miejscowość									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	14	6,3	3	5,7	2	5,1	6	7,8	21	8,6
prawie wcale	40	17,9	7	13,2	4	10,3	9	11,7	52	21,4
średnio	93	41,5	27	50,9	10	25,6	26	33,8	106	43,6
mocno	59	26,3	14	26,4	19	48,7	30	39	47	19,3
bardzo mocno	18	8	2	3,8	4	10,3	6	7,8	17	7

TABELA 146 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

źródła informacji lokalnej - najważniejsze	Miejscowość									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
brak odpowiedzi	16	7,1			4	10,3	5	6,5	18	7,4
rozmowy z innymi ludźmi	52	23,2	33	62,3	15	38,5	27	35,1	50	20,6
prasa lokalna	29	12,9	12	22,6	11	28,2	20	26	16	6,6
prasa regionalna	5	2,2	1	1,9	1	2,6			11	4,5
kazania i ogłoszenia parafialne	5	2,2	1	1,9	2	5,1	1	1,3	3	1,2
telewizja regionalna	15	6,7	1	1,9	1	2,6	1	1,3	16	6,6
ogłoszenia i afisze	9	4	2	3,8	2	5,1	5	6,5	7	2,9
internet	48	21,4	3	5,7	2	5,1	14	18,2	107	44
radio	43	19,2					2	2,6	15	6,2
zebrania lokalne z mieszkańcami	2	,9			1	2,6	2	2,6		

TABELA 147 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI LOKALNEJ

[illegible]

TABELA 148 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A ZAINTERESOWANIEM DZIAŁALNOŚCIĄ LOKALNYCH WŁADZ

w jakim stopniu respondent interesuje się działalnością władz lokalnych	Miejscowość									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	48	21,4	12	22,6	5	12,8	10	13	40	16,5
prawie wcale	49	21,9	10	18,9	4	10,3	15	19,5	72	29,6
średnio	76	33,9	23	43,4	19	48,7	28	36,4	76	31,3
mocno	35	15,6	5	9,4	8	20,5	17	22,1	33	13,6
bardzo mocno	16	7,1	3	5,7	3	7,7	7	9,1	22	9,1

TABELA 149 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A POCZUCIEM POINFORMOWANIA O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH

w jakim stopniu respondent czuje się poinformowany na temat działalności lokalnych władz	Miejscowość									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
wcale	46	20,5	13	24,5	6	15,4	14	18,2	73	30
prawie wcale	75	33,5	16	30,2	10	25,6	26	33,8	80	32,9
średnio	62	27,7	16	30,2	14	35,9	15	19,5	63	25,9
mocno	31	13,8	7	13,2	6	15,4	20	26	20	8,2
bardzo mocno	10	4,5	1	1,9	3	7,7	2	2,6	7	2,9

TABELA 150 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A ZNAJOMOŚCIĄ NAZWISK NAJWAŻNIEJSZYCH OSÓB W MIEJSCOWOŚCI

Znajomość nazwisk najważniejszych osób w miejscowości *	Miejscowość																			
	Bielsko-Biała				Bieruń				Ornontowice				Pawłowice				Sosnowiec			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
nie zna	8	79	51,8	87,9	15,1	71,7	28,3	66	12,8	43,6	10,3	71,8	18,2	42,9	15,6	64,9	18,9	79	64,2	91,8
zna	92	21	48,2	12,1	84,9	28,3	71,7	34	87,2	56,4	89,7	28,2	81,8	57,1	84,4	35,1	81,1	21	35,8	8,2

* 1 – prezydent/burmistrz/wójt; 2 – przewodniczący RM/RG; 3 – ksiądz proboszcz; 4 – kierownik Domu Kultury

TABELA 151 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A CZĘSTOTLIWOŚCIĄ UDZIAŁU W WYBORACH SAMORZĄDOWYCH

jak często respondent uczestniczy w wyborach samorządowych	Miejscowość									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
zawsze	95	42,4	19	35,8	18	46,2	29	37,7	90	37
prawie zawsze	27	12,1	8	15,1	4	10,3	17	22,1	44	18,1
rzadko	21	9,4	5	9,4	2	5,1	7	9,1	28	11,5
prawie nigdy	13	5,8	3	5,7	4	10,3	6	7,8	11	4,5
nigdy	68	30,4	18	34	11	28,2	18	23,4	70	28,8

TABELA 152 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A PREFEROWANYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI O DZIAŁALNOŚCI WŁADZ LOKALNYCH

najważniejsze źródła informacji na temat działalności lokalnych władz	Miejscowość									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
brak odpowiedzi	22	9,8			15	38,5	6	7,8	8	3,3
rozmowy z innymi ludźmi	86	38,4	33	62,3	12	30,8	34	44,2	96	39,5
prasa lokalna	29	12,9	13	24,5	7	17,9	22	28,6	25	10,3
prasa regionalna	1	,4	1	1,9					9	3,7
kazania i ogłoszenia parafialne	2	,9			1	2,6			1	,4
telewizja regionalna	13	5,8							8	3,3
ogłoszenia i afisze	9	4	3	5,7	2	5,1	5	6,5	10	4,1
internet	29	12,9	2	3,8	1	2,6	9	11,7	76	31,3
Radio	31	13,8							7	2,9
zebrania lokalne z mieszkańcami	2	,9	1	1,9	1	2,6	1	1,3	3	1,2

TABELA 153– PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH

czy respondent popiera działalność władz lokalnych	Miejscowość									
	Bielsko-Biała		Bieruń		Ornontowice		Pawłowice		Sosnowiec	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
popiera	29	12,9	4	7,5	5	12,8	19	24,7	19	7,8
popiera większość decyzji	85	37,9	16	30,2	18	46,2	37	48,1	64	26,3
popiera nieliczne decyzje	44	19,6	19	35,8	9	23,1	11	14,3	71	29,2
nie popiera wcale	14	6,3	2	3,8	1	2,6	2	2,6	13	5,3
nie ma zdania	52	23,2	12	22,6	6	15,4	8	10,4	76	31,3

TABELA 154 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	26	11,6	13	24,5	18	46,2	28	36,4	18	7,4
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	41	18,3	16	30,2	8	20,5	24	31,2	44	18,1
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	51	22,8	19	35,8	8	20,5	22	28,6	85	35
w ogóle nie czyta	106	47,3	5	9,4	5	12,8	3	3,9	96	39,5

TABELA 155 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY MIEJSCEM ZAMIESZKANIA A DŁUGOŚCIĄ CZYTELNICTWA PISMA SAMORZĄDOWEGO

od kiedy respondent czyta pismo samorządowe	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	106	47,3	5	9,4	5	12,8	3	3,9	96	39,5
od powstania	12	5,4	6	11,3	13	33,3	21	27,3	9	3,7
od 5 lat	17	7,6	10	18,9	3	7,7	11	14,3	9	3,7
od 2 lat	17	7,6	4	7,5	2	5,1	3	3,9	31	12,8
od roku	7	3,1	2	3,8	1	2,6			10	4,1
nie pamięta	65	29	26	49,1	15	38,5	39	50,6	88	36,2

TABELA 156 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PŁCIĄ A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	Płeć			
	Mężczyzna		Kobieta	
	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	49	17,1	54	15,5
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	69	24	64	18,3
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	76	26,5	109	31,2
w ogóle nie czyta	93	32,4	122	35

TABELA 157 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIEKIEM A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	Wiek																					
	13-14 lat		15-19 lat		20-24 lata		25-29 lat		30-34 lata		35-39 lat		40-44 lata		45-49 lat		50-59 lat		60-64 lata		65-69 lat	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	3	9,7	22	13,1	28	17,5	20	15,2	12	21,1	5	15,6	4	18,2	1	11,1	6	28,6			2	100
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	5	16,1	33	19,6	34	21,3	27	20,5	10	17,5	8	25	4	18,2	5	55,6	6	28,6	1	50		
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	7	22,6	55	32,7	45	28,1	42	31,8	13	22,8	12	37,5	2	9,1	1	11,1	7	33,3	1	50		
w ogóle nie	16	51,6	58	34,5	53	33,1	43	32,6	22	38,6	7	21,9	12	54,5	2	22,2	2	9,5				

czyta																				
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

TABELA 158 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WYKSZTAŁCENIEM A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	Wykształcenie							
	Podstawowe		zasadnicze zawodowe		średnie		wyższe	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	16	11,9	6	20,7	39	15,2	42	19,4
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	27	20	3	10,3	60	23,4	43	19,9
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	35	25,9	7	24,1	82	32	61	28,2
w ogóle nie czyta	57	42,2	13	44,8	75	29,3	70	32,4

TABELA 159 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POPARCIEM DLA WŁADZ LOKALNYCH A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	czy respondent popiera działalność władz lokalnych									
	popiera		popiera większość decyzji		popiera nieliczne decyzje		nie popiera wcale		nie ma zdania	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	31	40,8	46	20,9	19	12,3	2	6,3	5	3,2
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	14	18,4	54	24,5	42	27,3	6	18,8	17	11
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	13	17,1	65	29,5	55	35,7	9	28,1	43	27,9
w ogóle nie czyta	18	23,7	55	25	38	24,7	15	46,9	89	57,8

TABELA 160 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY POCZUCIEM ZWIĄZKU Z MIEJSCOWOŚCIĄ A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	w jakim stopniu respondent czuje się związany z miastem									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	1	10	1	3,8	11	12,1	26	14,2	64	19,6
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer			5	19,2	18	19,8	38	20,8	72	22,1
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	2	20	12	46,2	33	36,3	55	30,1	83	25,5
w ogóle nie czyta	7	70	8	30,8	29	31,9	64	35	107	32,8

TABELA 161 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY ZAINTERESOWANIEM ŻYCIEM LOKALNYM A CZYTELNICTWEM PISMA SAMORZĄDOWEGO

czy respondent czyta pismo samorządowe	w jakim stopniu respondent interesuje się życiem lokalnym miasta									
	wcale		prawie wcale		średnio		mocno		bardzo mocno	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
czyta stale - każdy albo prawie każdy numer	1	5	4	4,8	22	10,3	44	20,1	32	32
czyta od czasu do czasu - co drugi, co trzeci numer	1	5	5	6	40	18,8	55	25,1	32	32
czyta sporadycznie - kilka razy w roku	4	20	30	35,7	70	32,9	62	28,3	19	19
w ogóle nie czyta	14	70	45	53,6	81	38	58	26,5	17	17

TABELA 162 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM, A POWODAMI DLA JAKICH JEST CZYTANE

powody, dla jakich respondent czyta pismo samorządowe	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	107	47,8	5	9,4	5	12,8	3	3,9	96	39,5
brak odpowiedzi/nie wiem	9	4	6	11,3	9	23,1	7	9,1	24	9,9
dla uzyskania informacji lokalnych	68	30,4	27	50,9	21	53,8	52	67,5	59	24,3
z ciekawości	18	8	3	5,7	2	5,1	7	9,1	15	6,2
z powodu szaty graficznej	1	,4	1	1,9	1	2,6				
dla rozrywki	10	4,5	2	3,8	1	2,6	5	6,5	15	6,2
przy okazji - "jak wpadnie w ręce"	10	4,5	1	1,9			1	1,3	17	7
bo jest darmowy	1	,4					1	1,3	17	7
"bo jest nasz"			8	15,1			1	1,3		

TABELA 163 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM RESPONDENTÓW, CZEGO JEST W NIM ZA DUŻO

czego jest za dużo w piśmie samorządowym	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	106	47,3	5	9,4	5	12,8	3	3,9	96	39,5
brak odpowiedzi/nie wiem	61	27,2	24	45,3	25	64,1	47	61	80	32,9
konkretnych informacji	3	1,3	3	5,7	1	2,6	2	2,6	3	1,2
sportu	1	,4					1	1,3	2	,8
reklam	12	5,4	15	28,3	3	7,7	12	15,6	42	17,3
ogłoszeń urzędowych	18	8			1	2,6	1	1,3	2	,8
polityki/relacjonowania działalności władz	16	7,1	2	3,8	3	7,7	6	7,8	15	6,2
gospodarki	1	,4					4	5,2		
stronniczości	6	2,7	4	7,5	1	2,6	1	1,3	3	1,2

TABELA 164 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM RESPONDENTÓW, CZEGO JEST W NIM ZA MAŁO

czego jest za mało w piśmie samorządowym	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	106	47,3	5	9,4	5	12,8	3	3,9	96	39,5
brak odpowiedzi/nie wiem	50	22,3	20	37,7	23	59	35	45,5	73	30
ciekawych materiałów	3	1,3					4	5,2	1	,4
rozrywki (krzyżówka, humor, horoskop)	3	1,3	1	1,9			1	1,3	4	1,6
sportu	10	4,5	5	9,4			3	3,9	9	3,7
konkretnych informacji	17	7,6	11	20,8	3	7,7	10	13	23	9,5
materiałów o tematyce religijnej									1	,4
informacji o działalności władz	5	2,2	3	5,7			5	6,5	6	2,5
materiałów o problematyce społecznej	8	3,6	2	3,8	3	7,7	8	10,4	4	1,6
materiałów o tematyce kulturalnej	18	8	6	11,3	3	7,7	3	3,9	24	9,9
materiałów o działalności organizacji społecznych							1	1,3	1	,4
zdjęć	4	1,8			2	5,1	4	5,2	1	,4

TABELA 165 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM RESPONDENTÓW, CO NALEŻY W NIM ZMIENIĆ

[illegible]

TABELA 166 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A ZAUFANIEM DO NIEGO

w jakim stopniu respondent ufa informacjom zamieszczanym w piśmie samorządowym	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	106	47,3	5	9,4	5	12,8	3	3,9	96	39,5
ufa w zupełności	34	15,2	11	20,8	10	25,6	23	29,9	31	12,8
ufa średnio	72	32,1	33	62,3	23	59	45	58,4	103	42,4
raczej nie ufa	9	4	4	7,5	1	2,6	5	6,5	6	2,5
zupełnie nie ufa	3	1,3					1	1,3	7	2,9

TABELA 167 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM RESPONDENTÓW, CZY KOGOŚ ONO NA SWOICH ŁAMACH FAWORYZUJE

czy pismo samorządowe na swoich łamach kogoś szczególnie faworyzuje	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	106	47,3	5	9,4	6	15,4	3	3,9	96	39,5
nie/nie mam zdania	95	42,4	38	71,7	27	69,2	62	80,5	127	52,3
władze lokalne	22	9,8	10	18,9	6	15,4	12	15,6	18	7,4
lokalnych przedstawicieli Kościoła Katolickiego	1	,4							2	,8

czy piasek cementowany po	Pismo
---------------------------	-------

czy pismo samorządowe jest	Pismo
----------------------------	-------

TABELA 170 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A PRZEKONANIEM RESPONDENTÓW, JAK PRZEDSTAWIA ONO RZECZYWISTOŚĆ

jak pismo samorządowe przedstawia na swoich łamach obraz rzeczywistości	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	106	47,3	5	9,4	5	12,8	3	3,9	96	39,5
nie mam zdania	14	6,3	10	18,9	13	33,3	11	14,3	29	11,9
jest całkowicie zgodny ze stanem faktycznym	11	4,9	5	9,4	7	17,9	20	26	14	5,8
prezentuje rzeczywistość bardziej negatywnie, niż ma to miejsce w rzeczywistości									2	,8
idealizuje rzeczywistość ponad stan faktyczny	22	9,8	9	17	3	7,7	11	14,3	25	10,3
jest raczej zgodny ze stanem faktycznym	71	31,7	24	45,3	11	28,2	32	41,6	77	31,7

TABELA 171 – PODSUMOWANIE BADAŃ ODBIORU, BADANIE INTERNETOWE, ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY PISMEM A ZDANIEM RESPONDENTÓW NA JEGO TEMAT

która opinia na temat pisma samorządowego jest według respondenta właściwa	Pismo									
	"W Bielsku-Białej"		"Rodnia"		"Głos Ornontowic"		"Racje Gminne"		"Kurier Miejski"	
	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%	Ilość	%
nie czyta	106	47,3	5	9,4	5	12,8	3	3,9	96	39,5
pismo jest potrzebne mieszkańcom	70	31,3	23	43,4	25	64,1	43	55,8	65	26,7
pismo musiałoby się zmienić, żeby być potrzebne	11	4,9	7	13,2	3	7,7	15	19,5	16	6,6
pismo jest bardziej potrzebne władzom, niż mieszkańcom	13	5,8	2	3,8	3	7,7	7	9,1	13	5,3
jest mu obojętne, czy pismo się ukazuje	23	10,3	14	26,4	3	7,7	9	11,7	51	21
szkoda pieniędzy i papieru - pismo jest niepotrzebne	1	,4	2	3,8					2	,8

